

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG TẠI KON TUM



VANNAXAP DAVANH

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HOẠT ĐỘNG
HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU -
CHI NHÁNH KON TUM**

Kon Tum, tháng 6 năm 2021

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG TẠI KON TUM



BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HOẠT ĐỘNG
HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU -
CHI NHÁNH KON TUM**

GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN: NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

SINH VIÊN THỰC HIỆN : VANNAXAP DAVANH

LỚP : K11NH

MSSV : 17152340201030

Kon Tum, tháng 6 năm 2021

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan báo cáo tốt nghiệp là của chính em thực hiện.

Bài báo cáo này là kết quả của quá trình thực tập tại Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum và sự hướng dẫn của cô Nguyễn Thị Phương Thảo. Nội dung bài báo cáo có tham khảo các tài liệu từ các anh chị tại phòng quan hệ khách hàng cá nhân ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum.

Em xin chịu trách nhiệm hoàn toàn về bài báo cáo này.

Kon Tum, ngày 7 tháng 6 năm 2021

Sinh viên thực hiện

Vannaxap Davanh

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT..... iii

DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ.....iv

MỞ ĐẦU 1

1. Tính cấp thiết của đề tài..... 1

2. Mục tiêu nghiên cứu 1

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu 2

4. Phương pháp nghiên cứu 2

5. Kết cấu đề tài..... 2

CHƯƠNG 1. LÝ LUẬN CHUNG VỀ NGUỒN VỐN KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI. 3

1.1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ NHTM 3

1.1.1. Khái niệm ngân hàng thương mại 3

1.1.2. Vai trò của NHTM đối với sự phát triển của nền kinh tế..... 3

1.2. NGUỒN VỐN TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NHTM. 5

1.2.1. Khái niệm vốn kinh doanh của NHTM 5

1.2.2. Các nguồn vốn trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng 5

1.2.3. Vai trò của vốn đối với hoạt động kinh doanh của NHTM..... 8

1.3. HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG 9

1.3.1. Khái niệm hoạt động huy động vốn 9

1.3.2. Tầm quan trọng của hoạt động huy động vốn 9

1.3.3. Các hình thức huy động vốn của NHTM 11

1.4. CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NHTM 15

1.4.1. Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn..... 15

1.4.2. Quy mô, cơ cấu nguồn vốn huy động..... 15

1.4.3. Khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn của NVHĐ 15

1.4.4. Hiệu quả sinh lời của vốn huy động 15

1.4.5. Chi phí huy động vốn 16

1.5. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NHTM..... 16

1.5.1. Nhân tố khách quan 16

1.5.2. Nhân tố chủ quan..... 17

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN KINH DOANH TẠI NGÂN HÀNG ACB – CHI NHÁNH KON TUM. 20

2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM 20

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB- Chi nhánh Kon Tum..... 20

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của ngân hàng ACB- CN Kon Tum 23

2.1.3. Các hoạt động cơ bản của ngân hàng ACB- CN Kon Tum 25

2.2. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG ACB- CN KON TUM	25
2.2.1. Hoạt động huy động vốn	25
2.2.2. Hoạt động cho vay	26
2.2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum	28
2.3. THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM GIAI ĐOẠN 2018 - 2020	29
2.3.1. Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	29
2.3.2. Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum.....	30
2.3.3. Một số chỉ tiêu về chất lượng huy động vốn tại ngân hàng ACB – CN Kon Tum	35
2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG CHẤT LƯỢNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM.....	38
2.4.1. Những kết quả đã đạt được.....	39
2.4.2. Hạn chế và nguyên nhân.....	40
CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB CHI NHÁNH KON TUM	42
3.1. ĐỊNH HƯỚNG VÀ NHIỆM VỤ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI NGÂN HÀNG ACB – CHI NHÁNH KON TUM.	42
3.2. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM	44
3.2.1. Xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp cho từng thời kỳ.....	44
3.2.2. Tiếp tục mở rộng và đa dạng hoá các nguồn vốn huy động	44
3.2.3. Cải thiện quy trình, thủ tục	44
3.2.4. Xây dựng và hoàn thiện chiến lược khách hàng	45
3.2.5. Thiết lập quan hệ có tín nhiệm với khách hàng.....	46
3.2.6. Tăng cường hoạt động tiếp thị, quảng cáo	46
3.2.7. Đào tạo và nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ đối với đội ngũ cán bộ Ngân hàng.....	47
3.2.8. Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát.....	48
KẾT LUẬN.....	49
TÀI LIỆU THAM KHẢO	
BẢNG ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH THỰC TẬP TỐT NGHIỆP CỦA SINH VIÊN	
PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN	

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	TỪ VIẾT TẮT	TỪ VIẾT ĐẦY ĐỦ
1	CN	Chi nhánh
2	CP	Cổ phần
3	NHNN	Ngân hàng nhà nước
4	NHTM	Ngân hàng thương mại
5	NHTW	Ngân hàng trung ương
6	PGD	Phòng giao dịch
7	TCKT	Tổ chức kinh tế
8	TK CKH	Tài khoản có kỳ hạn
9	TK KKH	Tài khoản không kỳ hạn
10	TK TGTT	Tài khoản tiền gửi thanh toán
11	TMCP	Thương mại cổ phần
12	TTQT	Thanh toán quốc tế

DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

Số hiệu	NỘI DUNG	Trang
	Tên bảng	
Bảng 2.1	Tình hình huy động vốn của NHTMCP ACB chi nhánh KonTum giai đoạn 2018 - 2020	25
Bảng 2.2	Tình hình dư nợ của NHTMCP ACB chi nhánh KonTum giai đoạn 2018 - 2020	27
Bảng 2.3	Kết quả kinh doanh của Ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	28
Bảng 2.4	Kết quả hoạt động huy động vốn ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	30
Bảng 2.5	Cơ cấu huy động vốn theo kỳ hạn của ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	31
Bảng 2.6	Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	32
Bảng 2.7	Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền tệ của ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	33
Bảng 2.8	Tổng dư nợ trên nguồn vốn huy động của ACB - CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	36
Bảng 2.9	Chi phí huy động và lãi suất huy động bình quân của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	37
Bảng 2.10	Hiệu quả sinh lời của vốn huy động	38
	Tên biểu đồ	
Biểu đồ 2.1	Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền tệ của ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	34
	Tên sơ đồ	
Sơ đồ 2.1	Cơ cấu tổ chức của ngân hàng ACB – CN Kon Tum	23

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong quá trình phát triển nền kinh tế xã hội ở Việt Nam hiện nay, nhu cầu về vốn luôn là vấn đề được ưu tiên hàng đầu trước khi bắt đầu một năm tài khóa mới. Đề cập tới vấn đề này để cho thấy việc phát triển kinh tế xã hội, việc phát triển của các doanh nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào nguồn vốn. Đặc biệt là các NHTM, một chế tài trong thị trường tài chính, hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh tiền tệ thì vốn càng đóng một vai trò hết sức quan trọng. Hoạt động chính của NHTM là cho vay, tức là cung cấp vốn thu lãi. Vì thế để đáp ứng đủ nhu cầu vốn của thị trường, NHTM phải huy động vốn từ bên ngoài. Nói cách khác, NH muốn tồn tại và phát triển thì việc huy động vốn đóng một vai trò then chốt. Mặt khác, các tổ chức tín dụng, đặc biệt là các NHTM phát triển là tiền đề cho thị trường vốn phát triển. Qua đó tạo điều kiện tốt nhất cho sự phát triển của nền kinh tế xã hội.

Tiềm lực về vốn trong nền kinh tế là rất lớn nhưng để thu hút được là điều không đơn giản, vì trên thị trường ngày càng có nhiều các NHTM, các tổ chức tài chính (quỹ tiết kiệm bưu điện, quỹ tín dụng, công ty bảo hiểm...) cạnh tranh nhau phát triển, gây khó khăn cho công tác huy động vốn của các NHTM nói chung và Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum nói riêng. Nhu cầu vốn đầu tư ngày càng tăng của nền kinh tế cũng tương đương với việc huy động vốn của các NHTM phải được tăng cường, mở rộng cho phù hợp. Do vậy, trong thời gian tới để phát huy hơn nữa vai trò của mình và đáp ứng cho sự phát triển của nền kinh tế cũng như cho chính bản thân hệ thống ngân hàng, việc huy động vốn cho kinh doanh trong tương lai chắc chắn sẽ được đặt lên hàng đầu đối với các NHTM và Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum cũng không là ngoại lệ. Vấn đề tìm ra những giải pháp để hoàn thiện hoạt động huy động vốn là rất thiết thực và cấp bách.

Nói như trên để chúng ta thấy rằng việc huy động vốn của các NHTM mang một tính chất quan trọng như thế nào trong sự phát triển của nền kinh tế hiện nay và làm bật lên việc phải nghiên cứu và đề ra các giải pháp để nâng cao các nghiệp vụ huy động vốn của NHTM. Đó là lý do mà trong quá trình thực tập tốt nghiệp tại ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum với sự hướng dẫn của cô giáo hướng dẫn; của các cô chú, anh chị trong chi nhánh em đã mạnh dạn lựa chọn đề tài ***“Giải pháp nâng cao chất lượng hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Á Châu - Chi nhánh Kon Tum”*** làm đề tài cho bài báo cáo tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về hoạt động huy động vốn của NHTM
- Phân tích đánh giá thực trạng chất lượng huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm tăng tăng trưởng nguồn vốn một cách ổn định, vững chắc, nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu vốn cho nền kinh tế, đảm bảo hiệu quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: nghiên cứu các vấn đề liên quan trực tiếp đến nghiệp vụ huy động vốn của NHTM và các hình thức huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Á Châu - CN Kon Tum.

Phạm vi nghiên cứu: hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Á Châu - CN Kon Tum trong giai đoạn 2018 - 2020.

4. Phương pháp nghiên cứu

Bài báo cáo sử dụng các phương pháp nghiên cứu: phương pháp thu nhập thông tin kết hợp với phương pháp thống kê, phân tích, so sánh, tổng hợp nhằm giải quyết mối quan hệ giữa lý luận và thực tiễn, luận giải các vấn đề có liên quan đến nội dung đề tài.

5. Kết cấu đề tài

Kết cấu đề tài gồm có ba phần:

Chương 1: Lý luận chung về nguồn vốn kinh doanh của ngân hàng thương mại

Chương 2: Thực trạng hoạt động huy động vốn kinh doanh tại ngân hàng ACB – chi nhánh Kon Tum.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hoạt động huy động vốn tại ngân hàng ACB chi nhánh Kon Tum

Do sự hạn chế về kiến thức và thời gian nên đề tài không tránh khỏi những sai sót, em mong được sự đóng góp ý kiến của thầy cô và các bạn cũng như tất cả những ai quan tâm đến đề tài này.

Em xin chân thành cảm ơn.

CHƯƠNG 1

LÝ LUẬN CHUNG VỀ NGUỒN VỐN KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ NHTM

Ngân hàng thương mại (NHTM) ra đời và phát triển gắn liền với các hoạt động sản xuất kinh doanh của nhân dân và nền kinh tế. Trong các nước phát triển hầu như không có một công dân nào là không có quan hệ giao dịch với một Ngân hàng thương mại nhất định nào đó. NHTM được coi như là một định chế tài chính quen thuộc trong đời sống kinh tế. Khi nền kinh tế càng phát triển thì hoạt động dịch vụ của Ngân hàng càng đi sâu vào tận cùng những ngõ ngách của nền kinh tế và đời sống con người. Mọi công dân đều chịu tác động từ các hoạt động của Ngân hàng, dù họ chỉ là khách hàng gửi tiền, một người vay hay đơn giản là người đang làm việc cho một doanh nghiệp có vay vốn và sử dụng các dịch vụ Ngân hàng. Để hiểu rõ hơn về Ngân hàng thương mại và các nghiệp vụ của NHTM (đặc biệt là nghiệp vụ tạo lập nguồn vốn kinh doanh), trong chương 1 này sẽ trình bày khái quát có tính chất định vị và phác hoạ những nét chủ yếu về NHTM.

1.1.1. Khái niệm ngân hàng thương mại

Đạo luật ngân hàng của Pháp (1941) đã định nghĩa: "Ngân hàng thương mại là những xí nghiệp hay cơ sở mà nghề nghiệp thường xuyên là nhận tiền bạc của công chúng dưới hình thức ký thác, hoặc dưới các hình thức khác và sử dụng tài nguyên đó cho chính họ trong các nghiệp vụ về chiết khấu, tín dụng và tài chính".

Ở Việt Nam, theo luật các tổ chức tín dụng sửa đổi năm 2017 – số 17/2017/QH14: Ngân hàng thương mại là tổ chức kinh doanh tiền tệ mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền ký gửi từ khách hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, thực hiện nghiệp vụ chiết khấu và làm phương tiện thanh toán

Từ những nhận định trên có thể thấy NHTM là một trong những định chế tài chính mà đặc trưng là cung cấp đa dạng các dịch vụ tài chính với nghiệp vụ cơ bản là nhận tiền gửi, cho vay và cung ứng các dịch vụ thanh toán. Ngoài ra, NHTM còn cung cấp nhiều dịch vụ khác nhằm thoả mãn tối đa nhu cầu về sản phẩm dịch vụ của xã hội.

Ngày nay, trong xu hướng hội nhập và toàn cầu hoá nền kinh tế, hoạt động của các tổ chức tài chính là môi giới trên thị trường tài chính ngày càng phát triển cả về số lượng và quy mô, đa dạng và phong phú, hoạt động đan xen lẫn nhau. Tuy nhiên sự khác biệt giữa NHTM với các tổ chức môi giới tài chính khác ở chỗ NHTM là Ngân hàng kinh doanh tiền gửi (chủ yếu là tiền gửi không kỳ hạn) và chính từ hoạt động đó đã tạo cơ hội cho NHTM có thể tăng bội số tiền gửi của khách hàng trong hệ thống Ngân hàng của mình. Đó là đặc trưng cơ bản để phân biệt NHTM với các doanh nghiệp và các tổ chức tín dụng khác.

1.1.2. Vai trò của NHTM đối với sự phát triển của nền kinh tế

a. Chu chuyển và cung cấp vốn cho nền kinh tế.

Vốn được hình thành từ quá trình tích tụ tập trung, từ việc tích lũy, tiết kiệm của mỗi cá nhân, doanh nghiệp và cả Nhà nước trong nền kinh tế. Để có nhiều vốn thì nhất

thiết phải tăng thu nhập quốc dân và giảm chi tiêu dùng nhằm tạo ra một khoản tích lũy đủ lớn để tiếp tục đầu tư tái mở rộng sản xuất. Mặt khác, để tăng thu nhập quốc dân tức là phải mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh hàng hoá, đẩy mạnh sự phát triển của các ngành trong nền kinh tế thì cần phải có vốn, ngược lại khi tất cả các ngành hay nền kinh tế phát triển sẽ lại tạo ra nhiều nguồn vốn.

NHTM là chủ thể chính đáp ứng nhu cầu vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh. NHTM đứng ra thu gom tất cả các nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế từ các cá nhân, tổ chức như: vốn tạm thời được giải phóng ra từ quá trình sản xuất, vốn từ nguồn tiết kiệm của dân cư, các nguồn vốn được sử dụng chuyên cho vay lấy lãi... tạo nên một khoản vốn đủ lớn cung cấp cho mọi hoạt động kinh tế và đáp ứng kịp thời nhu cầu vốn cho quá trình tái sản xuất. Như vậy, nhờ có hoạt động của hệ thống NHTM mà các doanh nghiệp có điều kiện mở rộng sản xuất, cải tiến máy móc công nghệ, từng bước tăng năng suất lao động, nâng cao hiệu quả kinh tế và quan trọng hơn cả là đáp ứng tốt nhất nhu cầu, thị hiếu của khách hàng.

b. NHTM là công cụ điều tiết vĩ mô nền kinh tế của Nhà nước.

Trong nền kinh tế thị trường, NHTM với tư cách là trung tâm tiền tệ của toàn bộ nền kinh tế, đảm bảo sự phát triển hài hoà cho tất cả các thành phần kinh tế khi tham gia hoạt động sản xuất kinh doanh, có thể nói mỗi sự giao động của Ngân hàng đều gây ảnh hưởng ít nhiều đến các thành phần kinh tế khác. Do vậy sự hoạt động có hiệu quả của NHTM thông qua các nghiệp vụ kinh doanh của nó thực sự là công cụ tốt để Nhà nước tiến hành điều tiết vĩ mô nền kinh tế.

Thông qua hoạt động tín dụng và thanh toán giữa các Ngân hàng trong hệ thống, NHTM đã trực tiếp góp phần mở rộng khối lượng tiền cung ứng trong lưu thông. Mặt khác với việc cho các thành phần trong nền kinh tế vay vốn, NHTM đã thực hiện việc dẫn dắt các luồng tiền, tập hợp và phân chia vốn của thị trường, điều khiển chúng một cách có hiệu quả, bảo đảm cung cấp đầy đủ kịp thời nhu cầu vốn cho quá trình tái sản xuất cũng như thực thi vai trò điều tiết gián tiếp vĩ mô nền kinh tế.

c. NHTM là cầu nối nền tài chính quốc gia với nền tài chính thế giới.

Ngày nay, trong xu hướng toàn cầu hoá nền kinh tế thế giới với việc hình thành hàng loạt các tổ chức kinh tế, các khu vực mậu dịch tự do, làm cho các mối quan hệ hàng hoá tiền tệ ngày càng được mở rộng, nhu cầu giao lưu kinh tế xã hội giữa các nước trên thế giới ngày càng trở nên cần thiết và cấp bách hơn bao giờ hết. Hơn nữa, việc phát triển kinh tế của mỗi nước lại luôn gắn liền với sự phát triển của nền kinh tế thế giới và là một bộ phận cấu thành nên sự phát triển đó. Do vậy, để đảm bảo cho sự phát triển hài hoà thì nền tài chính của mỗi nước cũng phải hoà chung với nền tài chính quốc tế.

NHTM cùng với các hoạt động kinh doanh của mình đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong sự hoà chung đó. Thật vậy với các nghiệp vụ kinh doanh như: nhận tiền gửi, cho vay, bảo lãnh... và đặc biệt là nghiệp vụ thanh toán quốc tế, Ngân hàng đã tạo điều kiện thúc đẩy hoạt động ngoại thương không ngừng được mở rộng và phát triển. Mặt khác cũng với các nghiệp vụ kinh doanh quốc tế của mình, các NHTM trong nước đã

thiết lập được mối quan hệ làm ăn chặt chẽ với các NHTM nước ngoài, từ đó điều tiết nền tài chính trong nước phù hợp với sự vận động của nền tài chính quốc tế.

1.2. NGUỒN VỐN TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NHTM.

1.2.1. Khái niệm vốn kinh doanh của NHTM

Khi nói đến thuật ngữ “Trung gian tài chính” người ta thường hay nghĩ tới hai loại hình tổ chức cơ bản đó là: các tổ chức nhận tiền gửi (bao gồm các Ngân hàng thương mại, các hiệp hội tiết kiệm và cho vay) và các trung gian đầu tư (bao gồm các công ty tài chính, các quỹ tương trợ, các công ty bảo hiểm...). Nhưng cho dù có được hiểu thế nào đi chăng nữa thì NHTM, xét về khối lượng tài sản cũng như những đóng góp đối với nền kinh tế, vẫn luôn giữ một vai trò quan trọng. Các NHTM có thể được tổ chức theo nhiều loại hình khác nhau, chẳng hạn như Ngân hàng tư nhân, Ngân hàng cổ phần, Ngân hàng quốc doanh và các ngân hàng liên doanh. Dưới bất kỳ hình thức nào, các NHTM vẫn luôn đặt mục tiêu tìm kiếm lợi nhuận lên hàng đầu và để làm được điều đó, công cụ duy nhất mà các Ngân hàng phải có đó là vốn.

Các nhà kinh tế đưa ra định nghĩa về vốn của NHTM như sau:

Vốn của Ngân hàng thương mại là những giá trị tiền tệ do bản thân Ngân hàng thương mại tạo lập hoặc huy động được, dùng để cho vay, đầu tư hoặc thực hiện các dịch vụ kinh doanh khác.

1.2.2. Các nguồn vốn trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng

Theo như định nghĩa trên thì nguồn vốn mà Ngân hàng tạo lập được sẽ là một phần thu nhập quốc dân tạm thời nhàn rỗi trong quá trình sản xuất, phân phối và tiêu dùng, được người chủ sở hữu của khoản vốn đó gửi vào Ngân hàng để thực hiện các mục đích khác nhau. Nói cách khác, họ chuyển quyền sử dụng khoản vốn tiền tệ đó cho Ngân hàng để rồi nhận được một khoản thu nhập từ phía ngân hàng. Như vậy, NHTM đã thực hiện vai trò tập trung và phân phối lại vốn cho nền kinh tế dưới hình thức tiền tệ, kết quả là làm tăng nhanh quá trình luân chuyển vốn, phục vụ và kích thích mọi hoạt động sản xuất - kinh doanh phát triển. Nhưng đồng thời cũng chính các hoạt động đó lại là yếu tố mang tính chất quyết định đến sự tồn tại và phát triển hoạt động kinh doanh của chính Ngân hàng.

Vốn nói chung của Ngân hàng thương mại bao gồm: Vốn chủ sở hữu, Vốn huy động, Vốn đi vay, Vốn khác. Mỗi loại vốn đều có những tính chất, vai trò riêng trong tổng nguồn vốn hoạt động của Ngân hàng và đều có những tác động ít nhiều đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại.

a. Vốn chủ sở hữu.

Để bắt đầu hoạt động ngân hàng (được pháp luật cho phép) chủ ngân hàng phải có một lượng vốn nhất định. Đây là loại vốn ngân hàng có thể sử dụng lâu dài, hình thành trang thiết bị, cơ sở vật chất, nhà cửa... cho ngân hàng. Đối với mỗi ngân hàng, nguồn hình thành và nghiệp vụ hình thành loại vốn rất đa dạng tùy theo tính chất sở hữu, năng lực tài chính của chủ ngân hàng, yêu cầu và sự phát triển của thị trường. Đây là nguồn

vốn khá quan trọng, nó tạo uy tín cho chính ngân hàng; đồng thời, tạo được cảm giác an toàn cho khách hàng khi đến giao dịch.

Vốn chủ sở hữu là lượng vốn thuộc quyền sở hữu của ngân hàng thương mại. Nguồn hình thành loại vốn này rất đa dạng, tùy theo tính chất sở hữu, năng lực tài chính của chủ ngân hàng, yêu cầu và sự phát triển của thị trường.

Vốn chủ sở hữu của NHTM gồm: vốn cấp 1 và vốn cấp 2.

Vốn cấp 1 bao gồm vốn điều lệ, quỹ dự trữ bổ sung vốn điều lệ, quỹ dự phòng tài chính, quỹ đầu tư phát triển nghiệp vụ, lợi nhuận không chia.

Vốn điều lệ là loại vốn được ghi trong điều lệ hoạt động của ngân hàng thương mại. Tùy theo tính chất của mỗi ngân hàng mà nguồn gốc hình thành vốn ban đầu khác nhau. Nếu là ngân hàng thuộc sở hữu Nhà nước, ngân sách Nhà nước cấp (vốn của Nhà nước). Nếu là ngân hàng cổ phần thì do các cổ đông đóng góp thông qua mua cổ phần hoặc cổ phiếu. Ngân hàng liên doanh do các bên liên doanh góp. Ngân hàng tư nhân là vốn thuộc sở hữu tư nhân. Vốn điều lệ của từng loại ngân hàng thương mại không được thấp hơn mức vốn phát định mà pháp luật quy định cho từng loại ngân hàng thương mại.

Các quỹ dự trữ: Để duy trì và mở rộng hoạt động kinh doanh các NHTM được trích lập các quỹ dự trữ. Tùy theo quy định của từng của từng thời kỳ về mức độ trích lập, quy mô, mục đích sử dụng. Quỹ bổ sung vốn điều lệ hàng năm được trích theo tỷ lệ nhất định từ lợi nhuận sau thuế (theo nghị định 146/NĐ/CP ngày 23/11/2005 mức trích lập là 5% lợi nhuận sau thuế, mức tối đa của quỹ này bằng mức vốn điều lệ thực có). Quỹ dự phòng tài chính là các khoản dự phòng tổn thất, được trích lập hàng năm để bù đắp thua lỗ (mức dự trữ không vượt quá 25% vốn điều lệ của NHTM). Quỹ đầu tư phát triển nghiệp vụ, lợi nhuận không chia,... các quỹ này được trích lập và sử dụng theo quy định của pháp luật.

Vốn cấp 2 bao gồm các khoản như giá trị tăng thêm của tài sản cố định được định giá lại theo quy định của pháp luật (50% phần giá trị tăng thêm của tài sản cố định được định giá lại); giá trị tăng thêm của các loại chứng khoán đầu tư được đánh giá lại theo quy định (40% phần giá trị tăng thêm của loại chứng khoán đầu tư); trái phiếu chuyển đổi hoặc cổ phiếu ưu đãi do tổ chức tín dụng phát hành thỏa mãn các điều kiện theo quy định; các công cụ nợ khác đáp ứng các điều kiện của pháp luật; quỹ dự phòng chung (tối đa bằng 1,25% tổng tài sản có rủi ro).

b. Vốn huy động.

Vốn huy động của NHTM được xem là những giá trị tiền tệ mà Ngân hàng huy động được từ các tổ chức kinh tế và các cá nhân trong xã hội thông qua việc thực hiện các nghiệp vụ huy động vốn và được dùng làm vốn kinh doanh. Trong thực tế, ngân hàng có thể sử dụng nhiều công cụ huy động vốn khác nhau nhưng nhìn chung vẫn tập chung chủ yếu vào các công cụ sau:

❖ Nhận tiền gửi:

Tiền gửi tại NHTM bao gồm có *tiền gửi có kỳ hạn* và *tiền gửi không kỳ hạn*. Trong đó:

- *Tiền gửi không kỳ hạn*: là tiền gửi mà người gửi có thể rút ra sử dụng bất cứ lúc nào và ngân hàng có trách nhiệm phải thoả mãn yêu cầu đó của khách hàng. Do tính lỏng cao như vậy nên loại tiền gửi này thường được ngân hàng trả lãi thấp hoặc không được trả lãi và bao gồm hai loại đó là: Tiền gửi thanh toán và tiền gửi thanh toán thuận tuý.

- *Tiền gửi có kỳ hạn*: khác với tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn là loại tiền gửi có sự thoả thuận trước giữa khách hàng và Ngân hàng về thời gian rút tiền. Phần lớn nguồn tiền gửi này có nguồn gốc từ tích lũy và xét về bản chất chúng được gửi vào Ngân hàng với mục đích hưởng lãi.

❖ **Nhận tiền gửi tiết kiệm:**

Về bản chất, tiền gửi tiết kiệm là một bộ phận thu nhập của người lao động chưa sử dụng cho tiêu dùng, họ gửi vào ngân hàng với mục đích tích lũy tiền một cách an toàn và hưởng lãi trên khoản tiền gửi đó. Trên thực tế, trong nền kinh tế thị trường tiền gửi tiết kiệm được phát triển dưới hai hình thức đó là: *Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn* và *tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn*.

- *Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn* là loại tiền gửi mà người gửi có thể rút ra bất cứ lúc nào song không được sử dụng cho việc thanh toán.

- *Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn* là loại tiền gửi có sự thoả thuận giữa Ngân hàng và người gửi về thời gian rút tiền (thường có lãi suất cao hơn tiền gửi không kỳ hạn).

❖ **Các nguồn huy động khác:**

Bên cạnh nghiệp vụ nhận tiền gửi, các NHTM còn sử dụng một số nghiệp vụ trên thị trường mở để huy động vốn như: phát hành chứng chỉ tiền gửi và trái phiếu.... Thực chất các nghiệp vụ này là ngân hàng huy động vốn từ nền kinh tế bằng việc phát hành các chứng từ có giá. Trong đó, chứng chỉ tiền gửi là công cụ nợ ngắn hạn và trái phiếu là công cụ nợ trung và dài hạn. Việc phát hành hai loại phiếu nợ này tùy thuộc vào mục đích huy động vốn của Ngân hàng cũng như sự chấp thuận của Ngân hàng Trung ương.

c. Vốn đi vay

Đây là vốn được hình thành trên quan hệ vay mượn giữa Ngân hàng thương mại với Ngân hàng Trung ương hoặc với các tổ chức tín dụng khác. Nguồn vốn này thường được sử dụng khi Ngân hàng đã sử dụng hết lượng vốn khả dụng mà vẫn không đủ vốn hoạt động kinh doanh (hay thiếu vốn khả dụng). Thông thường, NHTM sẽ ưu tiên việc vay từ các tổ chức tín dụng trong nền kinh tế trước, sau đó mới đến vay Ngân hàng Trung ương, có nghĩa là NHTM chỉ vay Ngân hàng Trung ương khi đã thực hiện các biện pháp tài chính cần thiết mà vẫn không tìm kiếm đủ vốn đáp ứng cho nhu cầu sử dụng của ngân hàng.

d. Vốn khác

Ngoài các hình thức huy động và vay vốn như trên, NHTM còn có thể tạo lập vốn kinh doanh cho mình thông qua việc thực hiện một số nghiệp vụ như: làm trung gian thanh toán, làm nghiệp vụ đại lý... qua đó Ngân hàng có thể sử dụng một lượng vốn tạm thời nhàn rỗi đáng kể trong quá trình thu hộ hoặc chi hộ khách hàng.

Tóm lại, trong cơ cấu vốn kinh doanh của NHTM, vốn huy động có thể nói là chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng nguồn vốn của Ngân hàng, điều này hoàn toàn phù hợp về mặt cơ sở lý luận vì Ngân hàng thương mại luôn được xem là doanh nghiệp kinh doanh đồng vốn, lấy vốn vay để cho vay. Như vậy, vốn huy động là công cụ chính trong hoạt động kinh doanh của các NHTM, giữ vị trí quan trọng trong hoạt động kinh doanh của Ngân hàng, quyết định trực tiếp tới những nguồn lợi cũng như uy tín của Ngân hàng.

1.2.3. Vai trò của vốn đối với hoạt động kinh doanh của NHTM

a. Vốn là cơ sở nền tảng để NHTM hoạt động kinh doanh.

Như đã biết, vốn là điều kiện tiên quyết để các doanh nghiệp duy trì và phát triển sản xuất kinh doanh, đồng thời là cơ sở để phân phối và đánh giá hiệu quả các hoạt động kinh tế. Đối với Ngân hàng, vốn còn là cơ sở nền tảng để tiến hành tổ chức mọi hoạt động kinh doanh. Thật vậy, với đặc trưng của Ngân hàng là tổ chức kinh doanh loại hàng hoá đặc biệt trên thị trường tiền tệ và thị trường vốn thì vốn không còn đơn thuần là phương tiện kinh doanh mà nó còn là đối tượng kinh doanh chính của NHTM, trực tiếp quyết định tới quy mô hoạt động kinh doanh của Ngân hàng. Như vậy, những Ngân hàng có vốn lớn sẽ có nhiều thế mạnh trong kinh doanh, ngược lại những Ngân hàng không có hoặc có ít vốn cũng đồng nghĩa với việc gặp nhiều khó khăn khi tiến hành kinh doanh.

b. Quyết định khả năng cạnh tranh của NHTM.

Những NHTM có quy mô lớn, trình độ nghiệp vụ của đội ngũ nhân viên cao cũng như trang bị phương tiện kỹ thuật hiện đại là tiền đề quan trọng cho việc thu hút vốn. Đồng thời khả năng vốn lớn lại là điều kiện thuận lợi đối với Ngân hàng trong việc mở rộng quan hệ tín dụng với các tổ chức kinh tế xã hội trong nền kinh tế. Khi đó, Ngân hàng sẽ thu hút được ngày càng nhiều khách hàng đến với ngân hàng, kết quả là doanh số hoạt động của Ngân hàng sẽ tăng lên nhanh chóng và Ngân hàng sẽ có nhiều thuận lợi hơn trong kinh doanh. Mặt khác, vốn lớn sẽ giúp cho Ngân hàng có đủ khả năng tài chính để kinh doanh đa dạng trên thị trường, mở rộng các lĩnh vực kinh doanh như: kinh doanh chứng khoán, kinh doanh dịch vụ thuê mua... chứ không chỉ dừng lại ở dịch vụ cho vay đơn thuần. Và chính các hình thức kinh doanh đa dạng này đã góp phần phân tán giảm thiểu rủi ro, tạo thêm vốn cũng như tăng sức cạnh tranh cho NHTM trên thị trường.

c. Đảm bảo khả năng thanh toán và uy tín của NHTM.

Trong hoạt động Ngân hàng, uy tín có thể nói là yếu tố quan trọng, quyết định trực tiếp đến sự sống còn của Ngân hàng. Uy tín của ngân hàng trong kinh doanh được thể hiện trước hết ở khả năng sẵn sàng thanh toán chi trả cho khách hàng. Khả năng thanh toán chi trả của Ngân hàng càng cao thì uy tín cũng như vốn khả dụng của ngân hàng càng lớn. Hay nói cách khác, khả năng thanh toán của Ngân hàng tỷ lệ thuận với lượng vốn của Ngân hàng nói chung và vốn khả dụng của Ngân hàng nói riêng.

Như vậy, với khả năng cung ứng vốn lớn, các NHTM có thể tiến hành hoạt động kinh doanh với quy mô ngày càng mở rộng, cạnh tranh có hiệu quả nhưng đồng thời lại giữ được chữ tín và nâng cao danh tiếng của Ngân hàng.

d. Quyết định quy mô hoạt động kinh doanh của NHTM.

Thực tế đã chứng minh, những Ngân hàng có vốn lớn thường có khoản mục đầu tư và cho vay đa dạng hơn rất nhiều so với những Ngân hàng có quy mô vốn nhỏ, phạm vi và khối lượng cho vay của các Ngân hàng này cũng lớn hơn. Thật vậy, trong khi các NHTM lớn có thể cho vay tại thị trường trong nước thậm chí là cả thị trường quốc tế thì các NHTM nhỏ lại bị giới hạn trong phạm vi hẹp, thường là thị trường khu vực, thị trường địa phương. Hơn nữa, do lượng vốn hạn hẹp nên các NHTM nhỏ sẽ không phản ứng nhanh nhạy trước những tình huống biến động về lãi suất thị trường, từ đó tác động đến khả năng thu hút vốn đầu tư từ các tầng lớp dân cư và các thành phần kinh tế. Vì vậy, khi khả năng vốn của NHTM dồi dào thì chắc chắn ngân hàng sẽ mở rộng và đáp ứng được nhu cầu vay vốn, có điều kiện để mở rộng thị trường tín dụng, tăng đều khả năng thanh toán và dịch vụ Ngân hàng.

1.3. HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG

1.3.1. Khái niệm hoạt động huy động vốn

Hoạt động huy động vốn là một trong những hoạt động chủ yếu và quan trọng nhất của NHTM. Hoạt động này mang lại nguồn vốn để Ngân hàng có thể thực hiện các hoạt động khác như cấp tín dụng và cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng.

Có thể tạm thời đưa ra định nghĩa như sau: “Hoạt động huy động vốn của các NHTM là hoạt động mà trong đó các ngân hàng này tìm kiếm nguồn vốn khả dụng từ các chủ thể khác nhằm đảm bảo sự vận hành bình thường, hiệu quả của bản thân nó theo đúng các quy định pháp luật” [Giáo trình quản trị ngân hàng thương mại, PGS.TS Nguyễn Thị Mùi].

Nghiệp vụ huy động vốn có thể hiểu là nghiệp vụ mà ngân hàng thông qua uy tín và các hoạt động kinh doanh của mình tiến hành huy động các nguồn vốn nhân rồi từ các thành phần kinh tế trong xã hội, tạo ra nguồn vốn kinh doanh cho mình, góp phần ổn định lưu thông tiền tệ, ổn định giá trị đồng tiền, kiềm chế lạm phát, ...

1.3.2. Tầm quan trọng của hoạt động huy động vốn

Hoạt động huy động vốn tuy không mang lại lợi nhuận trực tiếp cho Ngân hàng nhưng nó là hoạt động rất quan trọng. Không có hoạt động huy động vốn xem như không có hoạt động của NHTM. Một NHTM khi được cấp phép thành lập, phải có vốn điều lệ theo quy định. Tuy nhiên vốn điều lệ chỉ đủ tài trợ cho tài sản cố định như trụ sở, văn phòng, máy móc, thiết bị cần thiết cho hoạt động chứ chưa đủ vốn để Ngân hàng có thể thực hiện các hoạt động kinh doanh như cấp tín dụng và các dịch vụ khác của Ngân hàng. Để có vốn phục vụ cho các hoạt động này Ngân hàng phải huy động vốn từ khách hàng. Do vậy, hoạt động huy động vốn có ý nghĩa quan trọng đối với nền kinh tế, đối với bản thân NHTM cũng như đối với khách hàng.

❖ Đối với nền kinh tế:

Hoạt động huy động vốn của NHTM đã góp phần thực hiện chính sách tiền tệ, kiềm chế lạm phát. Kinh nghiệm ở các nước phát triển cho thấy: để ổn định tiền tệ, kiềm chế lạm phát, Nhà nước phải sử dụng đồng bộ các giải pháp về kinh tế, tài chính, tiền tệ và

một trong những biện pháp khá hữu hiệu là không ngừng tăng cường vốn trong nền kinh tế nhất là nguồn vốn huy động của hệ thống NHTM. Thông qua các nghiệp vụ: nhận tiền gửi, phát hành giấy tờ có giá, đi vay... ngân hàng đã huy động được một lượng vốn khá lớn trong nền kinh tế, giúp giảm bớt lượng tiền mặt lưu thông, qua đó góp phần giảm áp lực tăng giá cả từ đó giúp ổn định giá trị đồng nội tệ.

Qua hoạt động huy động vốn sẽ giúp huy động được các nguồn vốn nhỏ lẻ trong xã hội phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh, phát triển kinh tế quốc dân, đóng góp tích cực cho sự nghiệp Công nghiệp hóa- hiện đại hóa đất nước. Bởi lẽ, nó khuyến khích dân cư, các tổ chức kinh tế tăng cường tiết kiệm, tích lũy tiêu dùng từ đó tăng nguồn nội lực cho quốc gia, tạo đà tăng trưởng kinh tế. Đồng thời, mang lại cho họ một khoản thu nhập từ lãi, qua đó góp phần ổn định, nâng cao đời sống cho người gửi tiền, kích thích tiêu dùng làm tăng sức mua của xã hội.

Hoạt động huy động là cơ sở cho hoạt động cho vay mà từ đó các dự án khả thi được thực hiện khiến cho các ngành nghề mới được ra đời, các doanh nghiệp mở rộng sản xuất kinh doanh tạo thêm công ăn việc làm giúp tăng thêm thu nhập, cải thiện đời sống cho người lao động.

Ngoài ra, hoạt động huy động vốn qua hoạt động phát hành giấy tờ có giá, NHTM đã tạo thêm hàng hóa cho thị trường vốn, thúc đẩy thị trường tài chính, tiền tệ phát triển.

❖ Đối với bản thân NHTM:

Hoạt động huy động vốn giúp NHTM mở rộng quan hệ với nhiều đối tượng khách hàng, biết được nhu cầu về sản phẩm, dịch vụ của từng đối tượng khách hàng. Mặt khác, hoạt động huy động vốn có hiệu quả sẽ giúp hoạt động kinh doanh của NHTM không bị ngưng trệ. Do thiếu vốn ngân hàng buộc phải từ chối cho vay, đầu tư trong khi các khoản cho vay, đầu tư này sẽ mang lại thu nhập cao cho ngân hàng. Như vậy ngân hàng sẽ mất đi cơ hội kinh doanh, mất khách hàng tốt, và hơn nữa làm giảm uy tín của ngân hàng.

❖ Đối với khách hàng:

Hoạt động huy động vốn không chỉ có ý nghĩa quan trọng đối với bản thân các ngân hàng mà còn có ý nghĩa quan trọng đối với khách hàng. Đối với khách hàng, hoạt động huy động vốn cung cấp cho họ một kênh tiết kiệm và đầu tư làm cho tiền của họ sinh lời, tạo cho họ có thể tiêu dùng trong tương lai. Mặt khác, hoạt động huy động vốn còn cung cấp cho khách hàng một nơi an toàn để họ cất trữ và tích lũy vốn tạm thời nhàn rỗi. Cuối cùng nghiệp vụ huy động vốn giúp cho khách hàng có cơ hội tiếp cận với các dịch vụ khác của Ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ thanh toán qua ngân hàng và các dịch vụ tín dụng khi khách hàng cần vốn cho sản xuất, kinh doanh hoặc cần tiền cho tiêu dùng.

Tóm lại: Hoạt động huy động vốn của NHTM sẽ ảnh hưởng tới khả năng thanh toán, quy mô cũng như phạm vi hoạt động của ngân. Huy động vốn là nghiệp vụ truyền thống của NHTM tồn tại trong quá trình kinh doanh. Do vậy, dù thừa hay thiếu vốn, NHTM vẫn phải duy trì bền vững nghiệp vụ này. Tuy nhiên, tùy theo từng mục tiêu trong từng thời kỳ khác nhau NHTM cần lựa chọn cho mình chiến lược huy động vốn cho phù hợp và đem lại hiệu quả cao.

1.3.3. Các hình thức huy động vốn của NHTM

Sau khi đã sử dụng hết lượng vốn tự có nhưng vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu giao dịch, thanh toán của khách hàng thì các NHTM phải tiến hành huy động vốn từ bên ngoài. Thông thường nguồn vốn huy động này chiếm một tỷ trọng tương đối lớn trong kết cấu nguồn vốn của ngân hàng, nó rất cần thiết và không thể thiếu, đảm bảo cho Ngân hàng có thể hoạt động một cách bình thường. Quá trình huy động vốn của NHTM chủ yếu dưới các hình thức sau:

a. Huy động vốn bằng tiền gửi không kỳ hạn.

Như trên đã trình bày, tiền gửi không kỳ hạn là loại tiền mà chủ sở hữu của khoản tiền này có thể rút tiền hoặc trả cho đối tác kinh doanh của họ bằng hình thức phát séc. ở những nước có hệ thống Ngân hàng phát triển hoạt động dựa trên công nghệ cao, thì việc rút tiền từ tài khoản này phần lớn được thực hiện bằng điện thoại hoặc thực hiện qua các máy rút tiền tự động ATM được lắp đặt rộng rãi.

Đối với khách hàng, việc gửi tiền vào tài khoản này với mục đích chủ yếu là thanh toán và chi trả cho các hoạt động kinh doanh, các hoạt động dịch vụ phát sinh một cách thường xuyên. Nên việc dễ dàng chuyển nhượng, dễ dàng thanh toán được xem là yếu tố rất quan trọng, còn việc hưởng lãi đối với khoản tiền gửi này chỉ là thứ yếu. Do đó, loại tiền gửi này còn được gọi là tiền gửi theo yêu cầu, nó không đem lại lợi tức cao cho người gửi. Ngược lại, đối với NHTM thì đây lại là một khoản vốn huy động với mức chi phí thấp nhất trong tất cả các khoản vốn huy động được khác. Ngân hàng chỉ phải bỏ ra những khoản chi phí nhỏ về quản lý tài khoản hoặc trả lãi (nếu có thì nó cũng rất nhỏ) bù lại là được sử dụng một phần lớn làm vốn kinh doanh.

Tuy nhiên, vốn tiền gửi không kỳ hạn lại là khoản vốn có sự biến động nhiều nhất, số dư của khoản vốn này tăng giảm phụ thuộc vào tình hình sản xuất kinh doanh của người gửi tiền. Do vậy, NHTM chỉ có thể sử dụng hiệu quả nguồn vốn này khi và chỉ khi đưa ra được các dự đoán về sự biến động số dư trên tài khoản tiền gửi này một cách chính xác.

b. Huy động vốn bằng tiền gửi có kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm.

Khác với tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm là hai loại tiền gửi có tính ổn định hơn, chi phí huy động và quản lý cao hơn, hơn nữa hai loại tiền gửi này lại có độ nhạy cảm cao về lãi suất nên trong quá trình huy động cũng có những điểm khác biệt.

❖ Huy động tiền gửi có kỳ hạn.

Đây là loại tiền gửi trong đó đã có sự thoả thuận giữa người gửi tiền và Ngân hàng về lãi suất và thời hạn rút tiền. Về cơ bản, các khoản tiền gửi này thường có kỳ hạn tương đối dài và không được sử dụng để tiến hành thanh toán như các khoản chi trả bằng vốn trên tài khoản vãng lai. Chính vì vậy, mức lãi suất đối với loại tiền gửi này có thể cố định hoặc linh hoạt tùy thuộc vào sự thoả thuận của khách hàng với Ngân hàng. Đối với các khoản tiền gửi có lãi suất linh hoạt, khách hàng có thể gửi thêm tiền trước hạn định.

Hiện nay, để thu hút người gửi tiền, các NHTM đã liên tục đưa ra các hình thức nhận tiền gửi hấp dẫn, theo đó ngoài việc nhận được một khoản lợi tức tiền gửi, khách hàng còn có thể chuyển nhượng được chứng chỉ tiền gửi của mình. Bằng hình thức này, Ngân hàng có thể thu hút vốn từ các nhà đầu tư lớn mà lẽ ra các nhà đầu tư này đã có thể dùng vốn đó đầu tư vào trái phiếu kho bạc hay thị trường tiền tệ. Ở nước ta hiện nay, các Ngân hàng cũng đã bắt đầu đưa ra nhiều hình thức gửi tiền có kỳ hạn bằng các chứng chỉ tiền gửi với kỳ hạn 3, 6, 9, 12 tháng...hoặc kỳ phiếu Ngân hàng có mục đích. Và chỉ sau một thời gian ngắn hình thức huy động vốn này đã phát huy tác dụng và ngày càng chiếm tỷ trọng vốn huy động cao trong quá trình huy động vốn của NHTM.

❖ Huy động tiền gửi tiết kiệm

Tiền gửi tiết kiệm từ lâu đã được coi là công cụ huy động vốn truyền thống của các NHTM. Vốn huy động từ tiền gửi tiết kiệm thường chiếm một tỷ trọng tương đối trong cơ cấu tiền gửi vào Ngân hàng, ví dụ: Tiền gửi tiết kiệm tại các NHTM Việt nam chiếm khoảng 60- 70% tổng tiền gửi, còn ở Mỹ là khoảng 25%. Tiền gửi tiết kiệm bao gồm các loại chủ yếu sau:

❖ Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn:

Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn là hình thức gửi tiền mà người gửi có thể đến Ngân hàng rút tiền bất kỳ lúc nào mà không phải báo trước. Số dư trên tài khoản tiền gửi này thường không lớn, nhưng nó lại có ưu điểm hơn hẳn so với các tài khoản tiền gửi giao dịch đó là: số dư trên tài khoản này thường ít biến động. Do đó, chi phí để huy động được nguồn vốn này là tương đối cao.

❖ Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn:

Đây là loại tiền được gửi vào Ngân hàng trên cơ sở có sự thoả thuận về thời hạn, lãi suất giữa khách hàng với Ngân hàng. Như vậy, về nguyên tắc thì một khi khách hàng đã gửi tiền vào Ngân hàng, họ sẽ không được rút tiền ra trừ khi đến hạn rút tiền. Tuy nhiên, để khuyến khích người dân gửi tiền, Ngân hàng vẫn cho phép khách hàng rút tiền trước thời hạn. Khi đó, khách hàng thường chỉ được hưởng một mức lãi suất thấp hơn so với mức lãi suất đã thoả thuận ban đầu.

Mục đích chính của người gửi khi gửi tiền theo hình thức này là tìm kiếm lợi tức nên vấn đề lãi suất tiền gửi là rất quan trọng. Đối với Ngân hàng, đây là nguồn vốn khá ổn định. Nhằm mục đích phục vụ cho các nhu cầu khác nhau của khách hàng cũng như các nhu cầu về vốn của ngân hàng, các Ngân hàng thường áp dụng các loại tiết kiệm với kỳ hạn 3, 6, 9, 12 tháng hay kỳ hạn 1, 2 năm và ứng với nó là các mức lãi suất thích hợp theo nguyên tắc thời hạn càng dài thì lãi suất càng cao.

❖ Tiền gửi tiết kiệm có bảo đảm:

Đây là một trong những hình thức hấp dẫn để huy động vốn trung và dài hạn vì nó loại bỏ tâm lý lo sợ đồng tiền bị mất giá của người dân. Vì vậy, nó có tác dụng với việc thu hút tiền gửi trung và dài hạn.

Theo hình thức này, số tiền khách hàng gửi vào ngân hàng sẽ được quy ra giá trị vàng hoặc ngoại tệ mạnh với trị giá tương đương. Khi hết hạn, khách hàng sẽ nhận lại số

tiền tương đương với giá trị vàng hoặc ngoại tệ đó cộng thêm phần tính lãi trên số tiền gửi. Hình thức này có ưu điểm ở chỗ người gửi được đảm bảo về giá trị vốn gốc của mình, đồng thời vẫn có lãi. Có thể nói, loại hình tiết kiệm này không chỉ tốt đối với người gửi tiền mà còn tốt đối với cả NHTM. Do vậy, NHTM cần phải đặc biệt quan tâm đến hình thức huy động vốn này nhằm tạo ra những nguồn vốn có tính ổn định cao phục vụ cho nhu cầu sử dụng vốn trung và dài hạn của mình.

c. Huy động vốn qua đi vay.

Các khoản vốn vay ngày càng chiếm tỷ trọng cũng như vị trí đặc biệt quan trọng trong hoạt động kinh doanh của các Ngân hàng thương mại không chỉ về mặt quy mô đơn thuần mà còn mang ý nghĩa như là một biện pháp quản lý các danh mục trng tài sản nợ. Vốn vay của Ngân hàng có thể hình thành từ nhiều nguồn khác nhau nhưng chủ yếu vẫn bao gồm những nguồn cơ bản sau:

❖ Vay từ Ngân hàng trung ương.

Trong trường hợp thiếu hụt dự trữ, NHTM thường vay ngân hàng trung ương (NHTW). Hình thức cho vay chủ yếu của NHTW là tái chiết khấu (hoặc tái cấp vốn). Thông thường NHTW chỉ chiết khấu cho những thương phiếu có chất lượng (thời gian đáo hạn ngắn, khả năng trả nợ cao) và phù hợp với mục tiêu của NHTW trong từng thời kì. Trong điều kiện chưa có thương phiếu, NHTW cho NHTM vay dưới hình thức tái cấp vốn theo hạn mức tín dụng nhất định.

- Tái cấp vốn: NHTW cho các ngân hàng thương mại vay trên cơ sở những chứng từ có giá. Các chứng từ này phải là những chứng từ có chất lượng, có thể chuyển đổi thành tiền khi cần thiết. Tái cấp vốn được thực hiện dưới hai hình thức: Cho vay tái chiết khấu và cho vay có đảm bảo. Trong đó:

- Tái chiết khấu là hình thức NHTW nhận các chứng từ có giá mà các NHTM đã chiết khấu trước đây và thực hiện các nghiệp vụ giống như NHTM đã làm.

❖ Vay từ các tổ chức tín dụng khác.

Cũng giống như trên, trong quá trình hoạt động của mình có những lúc NHTM phải đối đầu với những tình huống khó khăn về tài chính như: thiếu hụt dự trữ bắt buộc, mất khả năng thanh toán những khoản tiền lớn... và để tránh nguy cơ mất khách hàng, bảo đảm uy tín cho Ngân hàng thì giải pháp tốt nhất là đi vay. NHTM có thể đi vay từ nhiều nguồn khác nhau và một trong số đó là đi vay từ các tổ chức tín dụng khác trên thị trường liên Ngân hàng hay thị trường tiền tệ trong và ngoài nước.

Việc vay mượn vốn giữa các NHTM, giữa NHTM với các tổ chức tín dụng khác được diễn ra liên tục trong quá trình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng. Nó hình thành nên một loại tài sản nợ khá thường xuyên trong bảng cân đối tài sản. Mặt khác nó còn đảm bảo cho Ngân hàng có những mối quan hệ tốt với các Ngân hàng khác trong cùng hệ thống, đồng thời tạo ra cơ hội cho các Ngân hàng giúp đỡ lẫn nhau trong quá trình kinh doanh.

d. Huy động vốn qua phát hành giấy tờ có giá.

❖ Chứng chỉ tiền gửi (CDs):

CDs là công cụ vay nợ do ngân hàng phát hành nhằm huy động vốn trên thị trường với bản chất tương tự như một khoản tiền gửi có kỳ hạn. Thời hạn của CDs thường là ngắn hạn từ 1-3 tháng, 6 tháng...

Sự khác biệt chủ yếu của CDs với các khoản tiền gửi kỳ hạn là chúng có thể chuyển nhượng và mệnh giá được thống nhất theo một mức giá chuẩn. Vì vậy nó trở nên hấp dẫn hơn. CDs giúp ngân hàng có thể huy động vốn một cách chủ động mà không phải phụ thuộc vào tiền gửi của khách hàng.

❖ Kỳ phiếu ngân hàng:

Kỳ phiếu ngân hàng là giấy nhận nợ của ngân hàng với cam kết trả gốc và lãi sau một thời gian nhất định. Kỳ phiếu ngân hàng được phát hành thường xuyên, có thời hạn khá linh hoạt và phong phú: ba tháng, sáu tháng,... Do vậy, kỳ phiếu có tính ổn định rất cao, tính tập trung cao và có lãi suất cao hơn so với tiền gửi cùng kỳ hạn, lại có thể chuyển nhượng nên thu hút được khối lượng vốn tương đối lớn.

❖ Trái phiếu ngân hàng:

Trái phiếu ngân hàng là một công cụ nợ dài hạn của ngân hàng, với cam kết thanh toán gốc vào ngày đáo hạn và thanh toán lãi vào những thời gian xác định.

Trái phiếu dùng để huy động vốn trung và dài hạn phục vụ cho những kế hoạch phát triển kinh doanh có quy mô lớn và dài hạn với sự ổn định cao về thời hạn và lãi suất. Trong khi kỳ phiếu được phát hành ở từng chi nhánh với khung lãi suất, thời gian phát riêng biệt, trái phiếu được phát hành với quy mô lớn, đồng loạt trong hệ thống mỗi ngân hàng.

Trái phiếu gồm nhiều loại: trái phiếu ghi danh, trái phiếu không ghi danh, trả lãi trước, trả lãi sau, có thể chuyển nhượng... các loại trái phiếu có đặc trưng là mệnh giá được xác định trước, ngày đáo hạn được công bố khi phát hành.

Như vậy, trái phiếu, kỳ phiếu ngân hàng là những hình thức huy động rất tiện lợi, tùy theo tính cân đối nguồn vốn và cho vay từng thời kỳ với lãi suất hấp dẫn của NHTM. Không những chủ động thu gom một lượng vốn cần thiết đủ để đáp ứng nhu cầu vốn trong một thời gian ngắn mà còn có thể kiềm chế lạm phát, góp phần phát triển thị trường vốn, thị trường chứng khoán một cách hiệu quả.

e. Các hình thức huy động vốn khác.

Ngoài các nguồn trên, ngân hàng còn thực hiện huy động vốn thông qua nguồn ủy thác, nguồn trong thanh toán và các nguồn khác.

NHTM thực hiện các dịch vụ ủy thác như ủy thác cho vay, ủy thác đầu tư, ủy thác cấp phát, ủy thác giải ngân và thu hộ..., các hoạt động này tạo nên nguồn ủy thác tại ngân hàng. Ngoài ra các hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt có thể hình thành nguồn trong thanh toán: séc trong quá trình chi trả, tiền ký quỹ để mở thư tín dụng (L/C)... Các khoản nợ khác như thuế chưa nộp, lương chưa trả... cũng góp phần làm tăng nguồn vốn huy động trong công tác huy động vốn của ngân hàng thương mại.

1.4. CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NHTM

1.4.1. Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn

Để thỏa mãn nhu cầu kinh doanh và tăng trưởng của ngân hàng, vốn huy động cần có sự tăng trưởng ổn định về số lượng qua từng năm. Đối với ngân hàng, tính ổn định về nguồn vốn rất quan trọng. Sự tăng trưởng ổn định về nguồn vốn giúp ngân hàng tránh phải đối mặt với vấn đề thanh khoản, tăng tính hiệu quả.

Chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng nguồn vốn phản ánh mức độ của huy động vốn giữa 2 thời gian nghiên cứu đã tăng hay giảm bao nhiêu lần hay bao nhiêu phần trăm.

$$\text{Tốc độ tăng trưởng} = \frac{\sum \text{VHĐ kỳ này} - \sum \text{VHĐ kỳ trước}}{\text{VHĐ kỳ trước}} * 100 (\%)$$

1.4.2. Quy mô, cơ cấu nguồn vốn huy động

Quy mô nguồn vốn huy động cho ta biết quy mô cũng như vị thế của một ngân hàng. Trong khi đó, việc tính toán cơ cấu từng loại nguồn vốn trong tổng nguồn vốn của NHTM giúp ngân hàng đánh giá được sự phù hợp giữa cơ cấu nguồn vốn huy động với cơ cấu sử dụng vốn huy động. Cơ cấu nguồn vốn huy động của NHTM là tỷ trọng và mối quan hệ của từng loại nguồn vốn huy động so với tổng nguồn vốn của NHTM tại một thời điểm nhất định. NHTM hoạt động có hiệu quả khi nguồn vốn huy động có cơ cấu hợp lý. Chỉ tiêu này xác định kết cấu nguồn vốn huy động để phát hiện điểm mạnh, điểm yếu của ngân hàng trong kinh doanh. Ta có thể sử dụng công thức tính tỷ trọng từng loại nguồn vốn huy động trong tổng nguồn vốn huy động của NHTM để xác định cơ cấu từng nguồn vốn huy động của NHTM. Thuận túy về mặt công thức thì:

$$\text{Tỷ trọng nguồn vốn thứ } i = \frac{\text{Số dư nguồn vốn thứ } i}{\text{Tổng nguồn vốn huy động của NHTM}}$$

1.4.3. Khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn của NVHĐ

Hệ số sử dụng vốn huy động là một chỉ số cho biết tỷ lệ vốn huy động được sử dụng để cho vay và đầu tư. Qua đó phản ánh sự phù hợp giữa huy động vốn và sử dụng vốn xét về quy mô. Việc sử dụng chỉ số này trong phân tích hiệu quả huy động vốn không chỉ giúp các nhà lập kế hoạch kế hoạch hóa được cơ cấu nguồn vốn, cho vay trong ngắn hạn mà còn được sử dụng để so sánh hiệu quả sử dụng vốn (hay hiệu quả đầu tư) giữa các thời kỳ và các nền kinh tế.

Hệ số sử dụng vốn huy động được tính toán như sau:

$$\text{Hệ số sử dụng vốn huy động} = \frac{\text{Dư nợ tín dụng trong kỳ}}{\text{Tổng NVHĐ}} * 100(\%)$$

Hệ số này cho biết trong một đồng huy động vốn có bao nhiêu đồng được đem cho vay và đầu tư. Hệ số này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn huy động càng cao.

1.4.4. Hiệu quả sinh lời của vốn huy động

a. Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động (Lãi ròng từ cho vay và đầu tư):

Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động là khoản thu nhập của NHTM thu được từ hoạt động cho vay và đầu tư sau khi trừ chi phí huy động và chi phí hoạt động khác. Nội

dung của chỉ tiêu này phản ánh lợi nhuận ròng thu được từ hoạt động huy động vốn của NHTM và kết quả hoạt động huy động vốn của NHTM trong kỳ báo cáo.

Chỉ tiêu lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động có ý nghĩa quan trọng trong việc đánh giá hiệu quả nghiệp vụ huy động vốn. Thông qua việc phân tích và so sánh chỉ tiêu này ta đánh giá được lợi nhuận thực tế của nguồn vốn huy động. Và cũng qua đó, các NHTM có sự so sánh lẫn nhau để tìm ra biện pháp tăng cường lợi nhuận thu được từ hoạt động huy động vốn.

Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động = Thu từ lãi cho vay và đầu tư – (Chi phí trả lãi tiền gửi, tiền vay + chi phí hoạt động khác)

b. Tỷ suất lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động (Tỷ suất lãi ròng từ cho vay, đầu tư):

Tổng mức lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động của NHTM ảnh hưởng bởi hai yếu tố là quy mô nguồn vốn của một NHTM và chất lượng hoạt động cho vay, đầu tư. Do đó, để đánh giá đúng hiệu quả của hoạt động huy vốn, cần tính và phân tích chỉ tiêu về tỷ suất lợi nhuận cho vay và đầu tư.

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích, từ 100 đồng nguồn vốn huy động được, qua quá trình cho vay và đầu tư, NHTM thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao thì hiệu quả sử dụng vốn huy động của NHTM tốt, góp phần nâng cao mức lợi nhuận trong kỳ. Chỉ tiêu này được xác định như sau:

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận} = \frac{\text{Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động}}{\text{Tổng vốn huy động}} * 100 \%$$

1.4.5. Chi phí huy động vốn

Chi phí huy động vốn = Lãi trả cho nguồn huy động + Chi phí huy động khác

Phân tích chi phí huy động vốn là xác định các loại và cơ cấu lãi suất trả cho các nguồn tiền khác nhau, nhằm đảm bảo duy trì quy mô và kết cấu nguồn phù hợp với yêu cầu sinh lợi của ngân hàng.

1.5. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NHTM

1.5.1. Nhân tố khách quan

a. Các chính sách của Nhà nước

Pháp luật được đặt ra là để điều chỉnh mọi quan hệ xã hội. Do vậy tất cả mọi hoạt động của ngân hàng đều chịu sự điều chỉnh của luật pháp. Cụ thể là Luật các tổ chức tín dụng (2017), Luật ngân hàng Nhà nước Việt Nam số 46/2010/QH12 (2010), các văn bản pháp luật khác như: chỉ thị, thông tư... Lĩnh vực hoạt động của ngân hàng là vô cùng quan trọng trong nền kinh tế, vì vậy các hoạt động của ngân hàng luôn được Nhà nước quản lý chặt chẽ bằng các văn bản pháp luật. Mỗi văn bản đều ảnh hưởng sâu sắc đến hoạt động của ngân hàng, cụ thể là hoạt động huy động vốn.

Chính phủ đề ra chính sách tiền tệ quốc gia và hệ thống ngân hàng là công cụ đặc lực để thực hiện. Chẳng hạn khi nền kinh tế làm phát tăng, Nhà nước có chính sách thắt

chặt tiền tệ bằng cách tăng lãi suất tiền gửi để thu hút tiền ngoài xã hội thì lúc đó NHTM huy động vốn dễ dàng hơn.

Các quy định của pháp luật đòi hỏi NHTM luôn phải tuân thủ. Pháp luật quy định số tiền huy động của ngân hàng không được lớn hơn 20 lần vốn chủ sở hữu. Hay thông qua tỉ lệ dự trữ bắt buộc chính phủ điều chỉnh việc cung ứng tiền cho nền kinh tế. Việc điều chỉnh tỷ lệ dự trữ bắt buộc hay lãi suất tái chiết khấu là tùy theo định hướng phát triển của từng thời kỳ. Các chính sách đầu tư, ưu đãi, ưu tiên phát triển mũi nhọn... cũng ảnh hưởng sâu sắc tới việc huy động vốn của NHTM. Nói chung bất cứ NHTM nào khi cần huy động vốn đều phải xem xét các quy định của luật pháp.

b. Tình hình kinh tế - xã hội trong và ngoài nước

Có thể nói đây là yếu tố khách quan đối với tất cả các ngành nghề kinh tế, không riêng gì ngân hàng. Sự ổn định chính trị cả trong và ngoài nước có tác động rất rõ. Các cuộc đình công, biểu tình, sụp đổ chính phủ luôn kéo theo tình trạng huy động vốn của ngân hàng bị trì trệ bởi người dân không còn tin tưởng. Ngược lại, sự đồng tâm, nhất trí, ổn định trong bộ máy lãnh đạo sẽ làm cho các NHTM huy động vốn được dễ dàng.

Nền kinh tế ở vào trạng thái tăng trưởng hay suy thoái đã tác động tới việc huy động vốn của ngân hàng. Ở tình trạng tăng trưởng, người dân cần nhiều vốn và càng có điều kiện để huy động do tích lũy được nhiều hơn. Ngược lại ở tình trạng suy thoái, sản xuất đình trệ, đầu tư bị thu hẹp, ngân hàng huy động vốn khó khăn.

c. Đối thủ cạnh tranh và môi trường xã hội

❖ Đối thủ cạnh tranh:

Sức ép cạnh tranh trên thị trường huy động vốn hiện nay là rất lớn. Với sự phát triển cùng mạng lưới rộng khắp, các định chế tài chính này cũng thu hút được lượng vốn đáng kể. Sự cạnh tranh gay gắt hiện nay làm cho công tác huy động vốn của ngân hàng càng khó khăn hơn, đòi hỏi các ngân hàng phải nhanh chóng thích nghi với cơ chế thị trường và đưa ra được những sản phẩm tốt để thu hút khách hàng.

❖ Môi trường xã hội

Môi trường xã hội là yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới hoạt động của ngân hàng nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng. Phân bố dân cư, thu nhập của người dân là một nguồn lực tiềm năng có thể khai thác nhằm mở rộng quy mô huy động vốn của NHTM. Vì vậy những khu vực đông dân cư, với thu nhập cao sẽ dễ dàng hơn trong việc huy động vốn với ngân hàng. Môi trường văn hóa như tập quán, tâm lí, thói quen sử dụng nhiều tiền mặt của dân cư ảnh hưởng nhiều đến quyết định kinh tế về tiêu dùng và tiết kiệm của người có thu nhập, mức độ chấp nhận rủi ro khi gửi tiền vào các tổ chức tín dụng hay quyết định chỉ tiêu số tiền nhàn rỗi của mình vào đầu tư bất động sản, chứng khoán.

1.5.2. Nhân tố chủ quan

a. Chiến lược kinh doanh của Ngân hàng:

Mỗi một ngân hàng đều xây dựng cho mình một chiến lược kinh doanh cụ thể tùy vào từng thời kỳ. Việc xây dựng dựa trên việc Ngân hàng xác định vị trí của mình trong hệ thống; xác định được điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đồng hành, dự đoán

được biến động của môi trường kinh doanh trong thực tế. Thông qua chiến lược kinh doanh, Ngân hàng có thể quy định việc thu hẹp hay mở rộng việc huy động vốn. Nếu chiến lược kinh doanh đúng đắn thì các nguồn vốn được huy động một cách tối đa và hoạt động huy động vốn sẽ phát huy được hiệu quả.

b. Chính sách lãi suất:

Là một chính sách quan trọng bố trí cho công tác huy động vốn của Ngân hàng. Bất kỳ một cá nhân hay tổ chức nào khi gửi tiền vào Ngân hàng đều quan tâm đến lãi suất nên Ngân hàng sử dụng chính sách lãi suất như một công cụ quan trọng trong huy động vốn và thay đổi quy mô của nguồn vốn. Vì vậy, nguồn vốn huy động phụ thuộc vào lãi suất Ngân hàng, lãi suất của các loại hình đầu tư khác và của dân cư. Do đó, Ngân hàng phải đưa ra một chiến lược lãi suất hợp lý, đảm bảo được khả năng cạnh tranh và đảm bảo thu hút được nhiều nguồn vốn.

Cùng với sự phát triển của đất nước các tổ chức phi tài chính, phi Ngân hàng, các quỹ tín dụng, bảo hiểm, các NHTM không ngừng phát triển nên sự cạnh tranh diễn ra rất lớn. Các Ngân hàng cạnh tranh dành vốn không chỉ với nhau mà còn với các tổ chức tiết kiệm và người phát hành các công cụ nợ khác nhau của thị trường vốn. Chính vì vậy, lãi suất tiền gửi đóng vai trò hết sức quan trọng trong lĩnh vực thu hút các khoản tiền mới và duy trì các khoản tiền gửi hiện có, đặc biệt khi lãi suất thị trường ở mức cao. Vì vậy, chính sách lãi suất ảnh hưởng lớn đến quy mô nguồn vốn thu hút và quy mô tiền gửi.

c. Trình độ công nghệ Ngân hàng:

Trong cạnh tranh các Ngân hàng không ngừng đổi mới công nghệ Ngân hàng bởi lẽ các dịch vụ đặc biệt, các dịch vụ về chuyên môn Ngân hàng sẽ được đa dạng, đổi mới ngày càng tốt hơn. Đáp ứng được tình hình kinh doanh của các NHTM, cụ thể được thể hiện qua các yếu tố:

- Các loại dịch vụ mà Ngân hàng cung ứng.
- Cơ sở vật chất trang thiết bị phục vụ cho hoạt động của Ngân hàng.

Một Ngân hàng có cơ sở vật chất, trang thiết bị đầy đủ, quy mô chắc chắn sẽ tạo dựng được sự tin tưởng ở khách hàng. Ngoài ra, với hệ thống thông tin hiện đại sẽ tạo dựng được sự tin tưởng ở khách hàng. Ngoài ra, với hệ thống thông tin hiện đại sẽ tạo thuận lợi trong việc thực hiện các nghiệp vụ của Ngân hàng. Vốn cùng tiền lãi suất huy động như nhau nhưng Ngân hàng nào có chất lượng dịch vụ tốt hơn, trang thiết bị hiện đại, thuận tiện cho khách hàng thì Ngân hàng đó dành được ưu thế. Như vậy, công nghệ Ngân hàng là một yếu tố quan trọng giúp Ngân hàng cạnh tranh phi lãi suất.

d. Chính sách khách hàng:

Liên quan đến nhân tố này là tâm lý của người dân trong việc sử dụng tiện ích của Ngân hàng, độ tin tưởng của người dân vào Ngân hàng, thói quen tiết kiệm, sở thích tiêu dùng. Điều này có thể thấy rất rõ qua việc so sánh tâm lý của công chúng các nước. Những nước có nền kinh tế hàng hoá phát triển thì Ngân hàng trở nên gắn gũi với công chúng và việc sử dụng những tiện ích do Ngân hàng cung ứng trở nên thường xuyên hơn.

Ngược lại, đối với các nước đang phát triển thì Ngân hàng cũng là một điều xa lạ đối với một bộ phận lớn công chúng.

Bên cạnh đó, Ngân hàng thường chia khách hàng ra làm nhiều loại để có cách đối xử phù hợp. Với những khách hàng lâu năm, giao dịch thường xuyên, số dư tiền gửi lớn, được Ngân hàng tín nhiệm thì Ngân hàng sẽ có chính sách lãi suất ưu đãi cũng như việc thực hiện xét thưởng cho các đối tác.

Qua phân tích ta thấy rằng, việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn của Ngân hàng là rất cần thiết. Qua đó, Ngân hàng có thể xác định được vị trí hiện tại của mình trong hệ thống Ngân hàng, có thể thấy những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội cũng như những thách thức mà Ngân hàng phải đối mặt để từ đó có thể phán đoán nghiên cứu và dự báo sự thay đổi của môi trường để xác định cho mình một chiến lược kinh doanh phù hợp mà trong đó chiến lược phát triển quy mô và chất lượng nguồn vốn là một bộ phận hết sức quan trọng.

e. Các dịch vụ cung ứng

Mở rộng thị trường tài chính làm tăng số lượng các ngân hàng có tiềm lực mạnh về tài chính, công nghệ và trình độ quản lý. Áp lực cạnh tranh cũng tăng dần khi các qui định đối với các tổ chức tài chính nước ngoài theo lộ trình được nới lỏng dần, nhất là mở các chi nhánh và các điểm giao dịch, phạm vi hoạt động, đối tượng khách hàng và tiền gửi được phép huy động. Trong khi đó, các NHTM Việt Nam còn nhiều điểm yếu kém, hiệu quả hoạt động và sức cạnh tranh thấp và sẽ mất dần lợi thế cạnh tranh về qui mô cũng như khách hàng.

Chính vì vậy, bản thân các NHTM phải liên tục nỗ lực thực hiện các biện pháp cần thiết để củng cố và nâng cao chất lượng dịch vụ bằng các phương tiện thiết bị hiện đại,... tăng cường hợp tác để chuyển giao công nghệ, phát triển sản phẩm và dịch vụ ngân hàng tiên tiến, tiếp cận thị trường một cách dễ dàng. Hiệu quả huy động vốn nhờ đó được nâng cao.

f. Các nhân tố khác

Hoạt động huy động vốn của NHTM còn chịu tác động của nhiều nhân tố khác như:

Hoạt động Marketing ngân hàng: giúp đưa các sản phẩm của ngân hàng đến với khách hàng nhanh chóng và hiệu quả hơn, tạo cho khách hàng tâm lý thoải mái dễ chịu khi giao dịch, thông hiểu các thủ tục, thể lệ gửi tiền cũng như các chính sách ưu đãi mà họ được. Nhờ vậy, khách hàng sẽ tìm thấy được cơ hội hấp dẫn cho mình khi gửi tiền tại ngân hàng, tạo điều kiện cho ngân hàng có thể tiếp xúc và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Ngoài ra, còn phải kể đến một vài nhân tố cũng có tác động không nhỏ đến hoạt động huy động vốn như: uy tín của ngân hàng trên thị trường; đội ngũ các cán bộ nhân viên phải có năng lực, trình độ, đầy đủ tiêu chí của một nhân viên ngân hàng chuyên nghiệp...

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN KINH DOANH TẠI NGÂN HÀNG ACB – CHI NHÁNH KON TUM

2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB- Chi nhánh Kon Tum

a. Khái quát lịch sử hình thành và phát triển của ACB

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á châu (ACB) được thành lập theo Giấy phép số 0032/NH-GP do Ngân hàng Nhà nước (NHNN) cấp ngày 24/4/1993, và Giấy phép số 533/GP-UB do Ủy ban Nhân dân Tp. HCM cấp ngày 13/05/1993. Thời hạn hoạt động: 50 năm kể từ ngày của Giấy phép đầu tiên. Ngày 04/6/1993, ACB chính thức đi vào hoạt động. Vốn điều lệ ban đầu là 20 tỷ VND.

Trong suốt hơn 28 năm hoạt động, với tầm nhìn và chiến lược đúng đắn, chính xác trong đầu tư công nghệ và nguồn nhân lực, nhạy bén trong điều hành, cổ đông và nhân viên ACB đều đồng tâm bám sát theo mục tiêu và chiến lược nêu trên và những kết quả đạt được đã chứng minh đó là các định hướng đúng đắn, giúp ACB khẳng định vị trí dẫn đầu của mình trong hệ thống NHTM tại Việt Nam. Dưới đây có thể kể ra một số cột mốc quan trọng và đáng nhớ của ACB:

❖ Giai đoạn 1993- 1995: Giai đoạn hình thành ACB.

Giai đoạn này, xuất phát từ vị thế cạnh tranh, ACB hướng về khách hàng cá nhân và doanh nghiệp trong khu vực tư, với quan điểm thận trọng trong việc cấp tín dụng, đi vào sản phẩm dịch vụ mới mà thị trường chưa có (cho vay tiêu dùng, dịch vụ chuyển tiền nhanh Western Union, dịch vụ thẻ,...).

❖ Giai đoạn 1996- 2000:

ACB là ngân hàng thương mại cổ phần đầu tiên của Việt Nam phát hành thẻ tín dụng quốc tế MasterCard và Visa.

Năm 1999, ACB triển khai chương trình hiện đại hóa công nghệ thông tin ngân hàng, xây dựng hệ thống mạng diện rộng, nhằm trực tuyến hóa và tin học hóa hoạt động giao dịch.

Năm 2000, ACB đã thực hiện tái cấu trúc như là một bộ phận của chiến lược phát triển trong nửa đầu thập niên 2000. Cơ cấu tổ chức được thay đổi theo định hướng kinh doanh và hỗ trợ. Ngoài các khối, còn có một số phòng ban do Tổng giám đốc trực tiếp chỉ đạo. Hoạt động kinh doanh của Hội sở được chuyển giao cho Sở giao dịch. Việc tái cấu trúc nhằm đảm bảo sự chỉ đạo xuyên suốt toàn hệ thống; sản phẩm được quản lý theo hướng khách hàng và được thiết kế phù hợp với từng phân đoạn khách hàng; quan tâm đúng mức việc phát triển kinh doanh và quản lý rủi ro.

❖ Giai đoạn 2001- 2005:

Cuối năm 2001, ACB chính thức vận hành hệ thống công nghệ ngân hàng lõi là TBCS (The Complete Banking Solution: Giải pháp ngân hàng toàn diện), cho phép tất cả chi nhánh và phòng giao dịch nối mạng với nhau, giao dịch tức thời, dùng chung cơ sở dữ liệu tập chung.

Năm 2003, ACB xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001:2000 và được công nhận đạt tiêu chuẩn trong các lĩnh vực huy động vốn, cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn, thanh toán quốc tế và cung ứng nguồn lực tại Hội sở.

Năm 2005, ACB và ngân hàng Standard Chartered (SCB) ký kết thỏa thuận hỗ trợ kỹ thuật toàn diện; và SCB trở thành cổ đông chiến lược của ACB. ACB triển khai giai đoạn hai của chương trình hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, gồm các cấu phần: nâng cấp máy chủ, thay thế phần mềm xử lý giao dịch thẻ ngân hàng bằng một phần mềm mới có khả năng tích hợp với nền công nghệ lõi hiện có lắp đặt hệ thống ATM.

❖ Giai đoạn 2006- 2010:

ACB niêm yết tại Trung tâm giao dịch Chứng khoán Hà Nội vào tháng 11/2006. Năm 2007, ACB đẩy nhanh việc mở rộng mạng lưới hoạt động, thành lập mới 31 chi nhánh và phòng giao dịch, thành lập Công ty Cho thuê tài chính ACB, hợp tác với các đối tác như Open Solutions (OSI) – Thiên Nam để nâng cấp hệ ngân hàng cốt lõi, hợp tác với Microsoft về áp dụng công nghệ thông tin vào vận hành và quản lý, hợp tác với SCB về phát hành trái phiếu. ACB phát hành 10 triệu cổ phiếu mệnh giá 100 tỷ đồng, với số tiền thu được là hơn 1.800 tỷ đồng.

Năm 2008, ACB thành lập mới 75 chi nhánh và phòng giao dịch, hợp tác với American Express về séc du lịch, triển khai dịch vụ chấp nhận thanh toán thẻ JCB. ACB tăng vốn điều lệ lên 6.355 tỷ đồng. ACB đạt danh hiệu “Ngân hàng tốt nhất Việt Nam năm 2008” do Tạp chí Euromoney trao tặng tại HongKong.

Riêng trong năm 2009, ACB hoàn thành cơ bản chương trình tái cấu trúc nguồn nhân lực, tái cấu trúc hệ thống kênh phân phối, xây dựng mô hình chi nhánh theo định hướng bán hàng. Tăng thêm 51 chi nhánh và phòng giao dịch. Hệ thống chấm điểm tín dụng đối với khách hàng cá nhân và doanh nghiệp cũng đã hoàn thành và áp dụng chính thức. Hệ thống bàn trợ giúp (help desk) bắt đầu được triển khai. Và lần đầu tiên tại Việt Nam năm 2009 do 6 tạp chí tài chính ngân hàng danh tiếng quốc tế bình chọn (Asiamoney, FinanceAsia, Global Finance, Euromoney, The Asset và The Banker). Tính đến ngày 09/10/2010, ACB nhận được 4 giải thưởng Ngân hàng tốt nhất Việt Nam 2010. từ các tạp chí tài chính danh tiếng là Asiamoney, FinanceAsia, The Asian Banker và Global Finance.

❖ Giai đoạn từ 2011- 2013:

Năm 2011, “Định hướng chiến lược phát triển của ACB giai đoạn 2011-2015 và tầm nhìn 2020” được ban hành vào đầu năm. Trong đó nhấn mạnh đến chương trình chuyển đổi hệ thống quản trị điều hành phù hợp với các quy định pháp luật Việt Nam và hướng đến áp dụng các thông lệ quốc tế tốt nhất. Cuối năm, ACB đã khánh thành Trung tâm Dữ liệu dạng mô- đun (enterprise module data center) tại Tp. Hồ Chí Minh. Trong năm, ACB đưa vào hoạt động thêm 45 chi nhánh và phòng giao dịch.

Năm 2012, sự cố tháng 8/2012 đã tác động đáng kể đến nhiều mặt hoạt động của ACB, đặc biệt là huy động và kinh doanh vàng. Tuy nhiên ACB đã ứng phó tốt sự cố và nhanh chóng khôi phục toàn bộ số dư huy động tiết kiệm VND chỉ trong thời gian 2

tháng sau đó. ACB đã lành mạnh hóa cơ cấu bảng tổng kết tài sản thông qua việc xử lý các tồn đọng liên quan đến hoạt động kinh doanh vàng theo chủ trương của Ngân hàng Nhà nước. ACB cũng thực thi quyết liệt việc cắt giảm chi phí trong 6 tháng cuối năm; bước đầu hoàn chỉnh khuôn khổ quản lý rủi ro về mặt quy trình chính sách và thành lập mới 16 chi nhánh và phòng giao dịch.

Năm 2013, tuy hiệu quả hoạt động không như kì vọng nhưng ACB vẫn có mức độ tăng trưởng khả quan về huy động và cho vay VND. Nợ xấu được kiểm soát ở mức 3% sau những biện pháp mạnh mẽ về thu hồi nợ, xử lý rủi ro tín dụng và bán nợ cho 3% sau những biện pháp mạnh mẽ về thu hồi nợ, xử lý rủi ro tín dụng và bán nợ cho Công ty quản lý tài sản của các tổ chức tín dụng Việt Nam (VAMC). ACB cũng kéo giảm hệ số chi phí/ thu nhập xuống còn khoảng 66%, giảm 7% so với năm 2012. Về nhân sự, quy mô được tính giảm, và việc thay thế và bổ sung cấp quản lý được thực hiện thường xuyên. Mạng lưới kênh phân phối cũng được sắp xếp lại theo quy định mới của Ngân hàng Nhà nước.

❖ Giai đoạn 2014 – 2018:

Năm 2014, ACB nâng cấp hệ nghiệp vụ ngân hàng lõi (core banking) từ TCBS lên DNA, thay thế hệ cũ đã sử dụng 14 năm. Hoàn tất việc thay đổi logo, bảng hiệu mặt tiền trụ sở cho toàn bộ các chi nhánh và phòng giao dịch và ATM theo nhận diện thương hiệu mới (công bố ngày 05/01/2015). Hoàn tất việc xây dựng khung quản lý rủi ro nhằm đáp ứng đầy đủ các quy định mới về tỷ lệ đảm bảo an toàn. Quy mô và hiệu quả hoạt động kinh doanh của kênh phân phối được nâng cao.

Năm 2015, ACB hoàn thành các dự án chiến lược như tái cấu trúc kênh phân phối, hình thành trung tâm thanh toán nội địa (giai đoạn 1), hoàn thiện phương thức đánh giá hiệu quả hoạt động đơn vị và nhân viên Hội sở; đồng thời cho khởi tạo và triển khai các dự án ngân hàng giao dịch (transaction banking), ngân hàng ưu tiên (priority banking), quản lý bán hàng (customer management system), v.v. nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

Năm 2016, tổng số nhân viên của ACB là 9.813 người. Cán bộ có trình độ đại học và trên đại học chiếm 93%, thường xuyên được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ tại trung tâm đào tạo riêng của ACB.

Đến năm 2017, vốn điều lệ của ACB là 11.259.140.250.000 đồng. Năm 2018, số vốn điều lệ tiếp tục tăng và đạt mức 12.885.877.380.000 đồng.

❖ Giai đoạn 2019 cho đến nay:

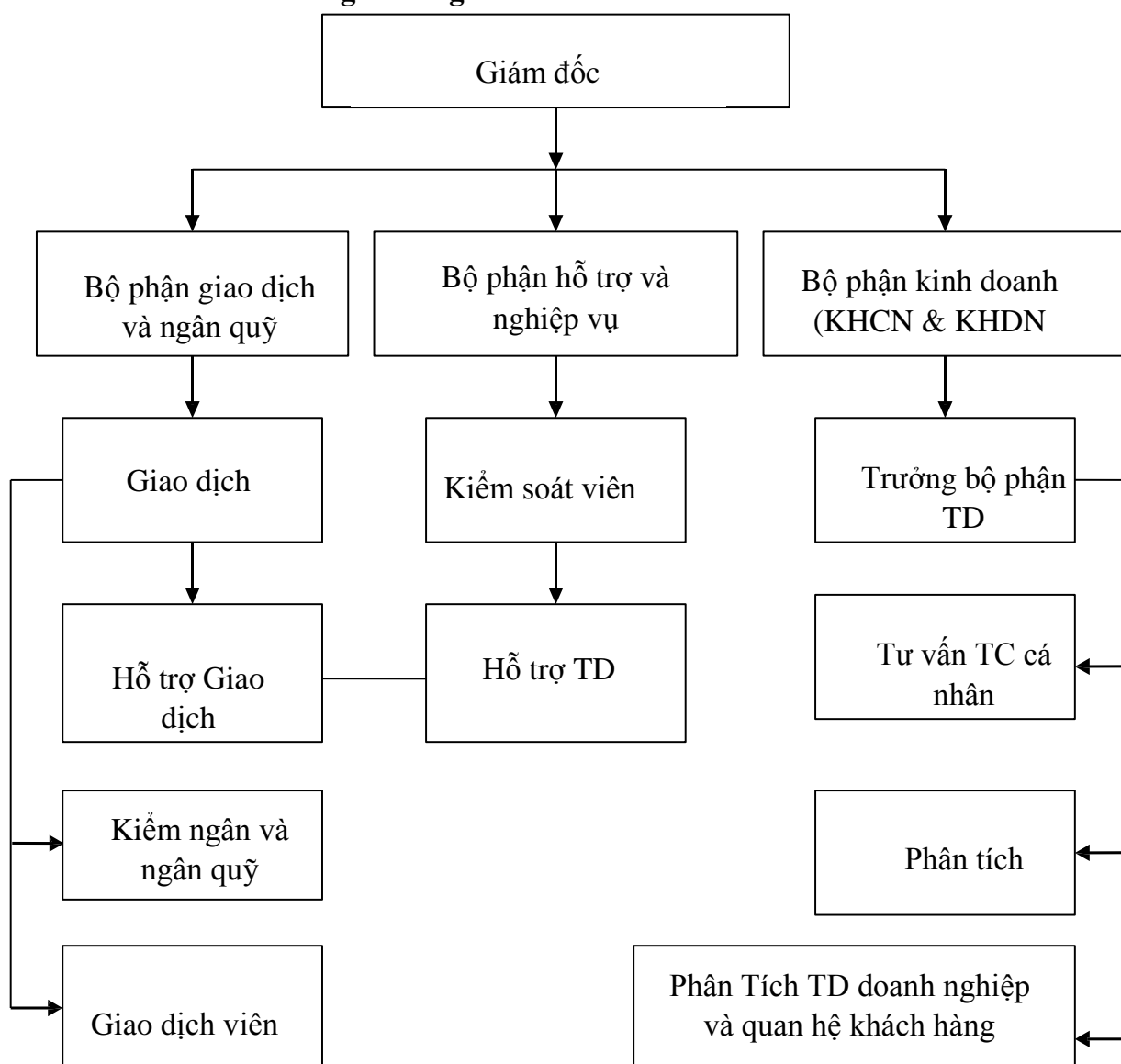
ACB đã hoàn thành theo tiến độ nhiều hạng mục của các dự án công nghệ để hỗ trợ hoạt động kinh doanh, vận hành và quản lý hệ thống, tiêu biểu như chuyển đổi hệ thống core chứng khoán ACBS; cải tiến các chương trình CLMS, CRM, ACMS, ELM, PASS để hỗ trợ việc tinh gọn quy trình nghiệp vụ; nâng cấp hệ thống các máy ATM, website ACB, gia tăng tiện ích, dịch vụ thanh toán cho khách hàng, v.v.

b. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB- Chi nhánh Kon Tum

Ngân hàng TMCP Á Châu- Chi nhánh Kon Tum được thành lập ngày 28/06/2017 theo giấy chứng nhận đăng ký hoạt động chi nhánh mã số: 0301452948-129 do Cục Thuế Tỉnh Kon Tum cấp đăng ký, hiện tại ngân hàng đang hoạt động tại địa điểm: Số 252 Lê Hồng Phong, Phường Quyết Thắng, Thành phố Kon Tum, Kon Tum.

Ngân hàng Thương mại Á Châu- Ngân hàng ACB - CN Kon Tum trực thuộc hệ thống kênh phân phối Ngân hàng Á Châu, có con dấu riêng theo quy định của ngân hàng Nhà nước, chấp hành mọi thể lệ chế độ của ngân hàng ACB, các mệnh lệnh chỉ thị của tổng giám đốc. Chi nhánh thực hiện các nghiệp vụ khi ACB đã có văn bản hướng dẫn thực hiện các nghiệp vụ đó. Những vấn đề ngoài nhiệm vụ quyền hạn của Giám đốc Chi nhánh phải trình thị ý kiến của Tổng giám đốc.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của ngân hàng ACB- CN Kon Tum



Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức của ngân hàng ACB – CN Kon Tum

Tính đến cuối năm 2020, số lượng nhân viên và chức năng của từng phòng/ bộ phận thuộc ACB- Ngân hàng ACB - CN Kon Tum là:

❖ Giám đốc:

01 người, là người chịu trách nhiệm về hoạt động hàng ngày của Chi nhánh.

- Lập kế hoạch kinh doanh và chương trình hành động của Chi nhánh hàng tháng, hàng quý, hàng năm trên cơ sở kế hoạch kinh doanh của Chi nhánh và ACB.

- Lập kế hoạch và thực hiện đào tạo nhân viên.

- Báo cáo hoạt động kinh doanh và các vấn đề liên quan cho các Khối, Phòng, Ban chức năng tại chi nhánh, hội sở.

❖ Bộ phận Kinh doanh:

gồm 15 người. Trong đó, trưởng bộ phận tín dụng: 1 người, tư vấn tài chính cá nhân:

8 người, phân tích tín dụng cá nhân: 2 người, phân tích tín dụng doanh nghiệp và quan hệ khách hàng: 4 người

- Chức năng:

+ Tiếp thị, cung ứng tất cả các sản phẩm dịch vụ của ACB cho khách hàng và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm của ACB.

+ Hướng dẫn sản phẩm vay vốn và thẩm định khách hàng, khoản vay.

- Nhiệm vụ:

+ Lên kế hoạch tiếp thị.

+ Trực tiếp đi tiếp thị, tìm kiếm phát triển khách hàng mới, đảm bảo mức tăng trưởng tín dụng, huy động và các dịch vụ khác nhằm đạt kế hoạch được giao.

+ Làm đầu mối trong việc quan hệ, chăm sóc khách hàng, trực tiếp giới thiệu, giải thích về sản phẩm tín dụng, huy động, dịch vụ mới với khách hàng.

+ Tiếp xúc và hướng dẫn thủ tục và tiếp nhận hồ sơ vay vốn cho khách hàng.

+ Kiểm tra mục đích sử dụng vốn vay, giám sát tình hình hoạt động kinh doanh, tình hình trả nợ của khách hàng nhằm phát hiện những rủi ro có thể xảy ra để có những biện pháp ứng xử phù hợp, kịp thời.

+ Thực hiện đào tạo/ hướng dẫn nhân viên.

+ Báo cáo hoạt động kinh doanh và các vấn đề liên quan.

Bộ phận Hỗ trợ và Nghiệp vụ: gồm 04 người. Trong đó, kiểm soát viên tín dụng: 02 người, nhân viên hỗ trợ tín dụng: 02 người.

- Nhiệm vụ:

+ Tiếp xúc và trực tiếp giới thiệu, giải thích về các sản phẩm với khách hàng.

+ Tạo lập, theo dõi và quản lý các giao dịch tài khoản/ khoản cấp tín dụng. Thực hiện các thủ tục bổ sung, điều chỉnh thông tin liên quan đến tài khoản của khách hàng.

+ Lưu trữ hồ sơ khách, thông tin khách hàng.

+ Giải đáp thắc mắc của khách hàng về sản phẩm.

+ Tiếp nhận các khiếu nại của khách hàng về sản phẩm, chất lượng dịch vụ và liên hệ với các bộ phận có liên quan để phản hồi.

+ Kiểm soát sự chính xác đầy đủ theo tài liệu, chứng từ gốc của các khoản cấp tín dụng/của các giao dịch tài khoản tiền gửi, giao dịch thanh toán, chuyển tiền, giao dịch

vãng lai khác tại quầy giao dịch, kiểm soát sự tuân thủ theo qui định của pháp luật, của ACB.

❖ Bộ phận Giao dịch và Ngân quỹ:

gồm 04 người. Trong đó, kiểm soát viên giao dịch: 01 người, nhân viên hỗ trợ giao dịch: 01 người, nhân viên kiểm ngân và ngân quỹ: 02 người.

- Nhiệm vụ:

+ Thực hiện các nghiệp vụ thu chi tiền mặt (VND, vàng, ngoại tệ) đảm bảo nguyên tắc chi đúng, thu đủ, an toàn quỹ giao dịch trong ngày.

+ Thực hiện các giao dịch vãng lai: nhận chuyển tiền và chi trả tiền chuyển về (trong và ngoài nước), thu đổi ngoại tệ, chi trả W.U, thẻ....

+ Theo dõi tồn quỹ và điều tiền về quỹ chính.

Nhìn chung, Chi nhánh đã và đang ngày càng hoàn thiện hệ thống cơ cấu tổ chức của mình.

2.1.3. Các hoạt động cơ bản của ngân hàng ACB- CN Kon Tum

Về sản phẩm kinh doanh, ngân hàng TMCP Á Châu hiện đang thực hiện đầy đủ các chức năng của một ngân hàng bán lẻ. Danh mục sản phẩm của ACB rất đa dạng tập trung vào các phân đoạn khách hàng mục tiêu, bao gồm cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ngân hàng ACB - CN Kon Tum cung cấp các sản phẩm, dịch vụ của ACB bao gồm:

- Huy động vốn ngắn, trung và dài hạn theo các hình thức gửi tiết kiệm, tiền gửi thanh toán, chứng chỉ tiền gửi.

- Cho vay ngắn, trung và dài hạn; Chiết khấu thương phiếu, công trái và giấy tờ có giá; đầu tư vào chứng khoán và các tổ chức kinh tế; làm dịch vụ thanh toán giữa các khách hàng; kinh doanh ngoại tệ, vàng bạc.

- Tiếp nhận vốn ủy thác đầu tư; nhận vốn từ các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước.

- Thanh toán quốc tế, bao thanh toán, môi giới và tư vấn đầu tư chứng khoán, lưu ký, tư vấn tài chính doanh nghiệp và bảo lãnh phát hành, cung cấp các dịch vụ về đầu tư, quản lý nợ và khai thác tài sản, cho thuê tài chính và các dịch vụ ngân hàng khác...

- Cung cấp các tài khoản giao dịch và thực hiện thanh toán: ngân hàng mở tài khoản cho khách hàng bằng nhiều hình thức.

2.2. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG ACB- CN KON TUM

2.2.1. Hoạt động huy động vốn

Vốn luôn được đánh giá là yếu tố quan trọng nhất, quyết định đến sự thành công của các doanh nghiệp cũng như các ngân hàng thương mại. Nhận thức được điều đó, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum đã tập trung chỉ đạo công tác huy động vốn với nhiều hình thức khác nhau như: huy động tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi không kỳ hạn, có kỳ hạn, tiền gửi thanh toán của các tổ chức, dân cư,...

Bảng 2.1. Tình hình huy động vốn của NHTMCP ACB chi nhánh KonTum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm	2018	2019	2020	So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019	
				Giá trị	Tốc độ tăng trưởng (%)	Giá trị	Tốc độ tăng trưởng (%)
Tổng vốn huy động	490	542	649	52	10,61	107	19,74%

Nguồn: Phòng Quan hệ khách hàng cá nhân ACB CN Kon Tum

Bảng số liệu trên cho ta thấy nguồn vốn huy động tăng dần theo các năm.

Tổng nguồn vốn huy động năm 2018 đạt 490 tỷ đồng sang năm 2019, NVHĐ đạt 542 tỷ đồng, tăng so với năm 2018 là: 52 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng là 10,61%. Mặc dù tình hình hoạt động của ACB trong năm 2019 còn gặp khó khăn với dịch bệnh Covid 19, nhưng bằng uy tín có sẵn của ACB, Chi nhánh đã khắc phục được những khó khăn, thực hiện tốt công tác huy động, đảm bảo nguồn vốn của Ngân hàng.

Lượng vốn huy động năm 2020 đạt 649 tỷ đồng, tăng lên 107 tỷ đồng so với năm 2019, tương ứng tăng 19,74%. Nguồn vốn huy động năm 2020 tăng khá cao do bất động sản đóng băng, tỷ giá ổn định, giá vàng biến động phức tạp, thị trường chứng khoán liên tục lao dốc khiến cho người dân và các nhà đầu tư không mặn mà đầu tư mà chọn kênh đầu tư an toàn hơn là gửi tiền vào Ngân hàng. Từ đó mà Ngân hàng ACB - CN Kon Tum đã chủ động gia tăng được NVHĐ, đáp ứng nhu cầu đầu tư, cho vay, đảm bảo sự ổn định trong kinh doanh.

Qua bảng 2.1 ta nhận thấy rằng NVHĐ của Chi nhánh đã tăng dần qua các năm. Có bước tăng trưởng như vậy là do Chi nhánh thường xuyên quan tâm đến công tác huy động vốn, với ý thức gần dân, sát dân tạo tiện ích cho khách hàng, Chi nhánh không ngừng củng cố và nâng cao chất lượng dịch vụ. Chi nhánh đã có những chủ trương đúng đắn như cải tiến chính sách huy động bằng cách áp dụng công nghệ hiện đại, tích cực trong công tác tuyên truyền sản phẩm, lãi suất, dịch vụ mới và quảng bá thương hiệu nên đã thu hút được nhiều khách hàng mới đến với Ngân hàng ACB - CN Kon Tum.

Tuy nhiên, ta có thể thấy rõ một điều là nguồn vốn năm nào cũng tăng, song sự tăng trưởng về NVHĐ không ổn định là do việc triển khai chủ trương, giải pháp huy động vốn vẫn gặp phải những khó khăn, hoạt động Marketing còn đơn điệu, cổ điển.

2.2.2. Hoạt động cho vay

Song song với công tác huy động vốn thì nghiệp vụ sử dụng vốn có vai trò hết sức quan trọng trong quá trình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng, nếu coi như huy động vốn là điều kiện cần thì sử dụng vốn được coi là điều kiện đủ, quyết định đến sự sống còn của Ngân hàng. Ngân hàng huy động vốn để cho vay nên nếu huy động vốn được nhiều mà không cho vay thì dẫn đến hậu quả "ách tắc vốn" nhưng ngược lại cho vay được mà không thu hồi được nợ thì lại càng không tốt. Do vậy, nghiệp vụ sử dụng vốn chỉ cần một sai lầm nhỏ có thể dẫn tới hậu quả khôn lường thậm chí có thể đi tới phá sản của bất cứ một Ngân hàng nào.

Cho vay là nghiệp vụ sinh lời chủ yếu ở các ngân hàng thương mại, thu nhập từ cho vay chiếm 60-70% tổng thu nhập của các ngân hàng thương mại. Tín dụng là một trong những chức năng chính của ngân hàng, là nền tảng quan trọng để ngân hàng có thể cung ứng các dịch vụ khác. Vì vậy, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum luôn cố gắng đáp ứng nhu cầu khách hàng trên cơ sở hai bên cùng có lợi, từ đó đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng dư nợ một cách an toàn, hiệu quả và chắc chắn với nền kinh tế. Trong những năm qua, công tác tín dụng của Ngân hàng đã đạt được nhiều kết quả khả quan. Ta có thể thấy được điều đó qua bảng số liệu:

Bảng 2.2. Tình hình dư nợ của NHTMCP ACB chi nhánh KonTum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2018	2019	2020	So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Giá trị	Tốc độ tăng trưởng (%)	Giá trị	Tốc độ tăng trưởng (%)
Tổng dư nợ cho vay	169	178	194	9	5%	16	9%
Tổng vốn huy động	490	542	649	52	10,61	107	19,74%
Tỷ lệ dư nợ so với tổng VHD (%)	34,48	32,84	29,89				

Nguồn: Phòng Quan hệ khách hàng cá nhân ACB CN Kon Tum

Bảng số liệu trên cho ta thấy đến thời điểm cuối năm 2018, tổng dư nợ tín dụng của Chi nhánh đạt 169 tỷ đồng, thì đến năm 2019 tăng lên 179 tỷ đồng, tương ứng tăng 5%. Sang năm 2020 tổng dư nợ của CN là 194 tỷ đồng, tăng lên 16 tỷ đồng, tốc độ tăng là 9%. Nguyên nhân chủ yếu là lượng huy động vốn qua các năm tăng dần làm khả năng đáp ứng nhu cầu vốn tăng, hơn nữa tình hình sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung đều gặp nhiều khó khăn, thiếu vốn sản xuất kinh doanh nên CN cũng cho vay nhiều hơn. Nhưng một phần cũng là do việc thu lãi của khách hàng còn khó khăn dẫn đến tổng dư nợ của CN tăng lên. Điều này được thể hiện qua biểu đồ sau:

Mặt khác, qua số liệu trên ta thấy: nếu như năm 2018 tỷ lệ dư nợ so với tổng vốn huy động đạt 34,48% thì đến năm 2019, chỉ tiêu này đã giảm xuống còn 32,84% đánh giá khả năng sử dụng nguồn vốn huy động của Chi nhánh chưa hiệu quả. Tỷ lệ dư nợ so với tổng vốn huy động của năm 2018 và năm 2019 đều dưới 35% điều này thể hiện khả năng sử dụng vốn của Chi nhánh chưa có hiệu quả. Dư nợ qua các năm đều tăng chứng tỏ hoạt động tín dụng đã được CN chú trọng tuy nhiên khả năng sử dụng vốn huy động lại chưa có hiệu quả.

2.2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế trong những năm gần đây, liên tục qua các năm đổi mới và tự hoàn thiện mình, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum đã có được những kết quả đáng khích lệ trong hoạt động kinh doanh của mình, cụ thể:

Bảng 2.3. Kết quả kinh doanh của Ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019	
				Chênh lệch	%	Chênh lệch	%
I. Tổng thu	11,77	15,11	18,08	3,34	28%	2,97	20%
1. Cho vay	6,25	8,51	10,06	2,26	36%	1,55	18%
2. Dịch vụ chuyển tiền	0,56	0,67	1,25	0,11	20%	0,58	87%
3. Dịch vụ bảo lãnh	0,89	1,01	0,87	0,12	13%	-0,14	-14%
4. Dịch vụ thẻ	2,67	2,95	3,37	0,28	10%	0,42	14%
5. Dịch vụ thanh toán	0,71	1,23	1,52	0,52	73%	0,29	24%
6. Dịch vụ khác	0,69	0,74	1,01	0,05	7%	0,27	36%
II. Tổng chi	8,381	11,367	10,53	2,986	36%	-0,837	-7%
III. Chênh lệch thu chi	3,389	3,743	7,55	0,354	10%	3,807	102%

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của ACB - CN Kon Tum

Tổng thu nhập và chi phí hoạt động của Chi nhánh đều có xu hướng tăng dần:

Năm 2018, thu nhập đạt 11,77 tỷ đồng; con số này tăng lên trong năm 2019 là 15,11 tỷ đồng, tăng 28% so với năm 2018; sang năm 2020 thu nhập là 18,08 tỷ đồng, tăng 2,97 tỷ đồng so với năm 2019, tương ứng tăng 20%. Về chi phí hoạt động, năm 2018 là 8,381 tỷ đồng, tăng lên 11,367 tỷ đồng ở năm 2019, năm 2020 chi phí hoạt động lại giảm xuống là 10,53 tỷ đồng, giảm tương ứng -7% so với năm 2019.

Lợi nhuận ròng của ngân hàng trong giai đoạn 2018-2020 cũng tăng lên đáng kể:

Năm 2018, lợi nhuận đạt 3,389 tỷ đồng; con số này tăng lên trong năm 2019 là 3,743 tỷ đồng, tăng 10% so với năm 2018; sang năm 2020 thu nhập là 7,55 tỷ đồng, tăng 3,807 tỷ đồng so với năm 2019, tương ứng tăng đến 102%..

Có thể thấy được hoạt động Chi nhánh đi lên trong năm 2018-2020 do thực hiện nhiều biện pháp kinh doanh có hiệu quả, khai thác được nguồn vốn với lãi suất hợp lý, bố trí cơ cấu đầu ra phù hợp với nguồn vốn đầu vào. Thêm vào đó, nhờ thực hiện quyết liệt

các biện pháp trong việc thu hồi nợ xấu, nợ đã xử lý rủi ro nên chênh lệch thu chi đã có tín hiệu tích cực.

Như vậy trong giai đoạn 2018- 2020, CN luôn có lợi nhuận năm sau cao hơn năm trước. Có được kết quả trên là do Chi nhánh luôn đề ra những phương hướng kinh doanh tích cực, vừa bám sát những định hướng, nhiệm vụ của Ngân hàng Á Châu, vừa nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Chính vì vậy, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum được đánh giá là một trong số Chi nhánh hoạt động an toàn và có hiệu quả.

2.3. THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM GIAI ĐOẠN 2018 - 2020

2.3.1. Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Trong những năm gần đây, tình hình nền kinh tế diễn biến phức tạp. Năm 2010, vừa trải qua cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, ảnh hưởng trên quy mô rộng, tác động tiêu cực đến kinh tế Việt Nam. Năm 2017, kinh tế nước ta tiếp tục rơi vào vòng xoáy ảnh hưởng từ nền kinh tế thế giới, khủng hoảng nợ công từ các nước Châu Âu, sự suy giảm của nền kinh tế Mỹ buộc Nhà nước có những điều chỉnh, sau những cố gắng khôi phục nền kinh tế, hoạt động ngân hàng cũng từng bước được điều chỉnh phù hợp với tình hình kinh tế.

Đến năm 2018, trong bối cảnh nền kinh tế cả nước nói chung và kinh tế trên địa bàn Kon Tum nói riêng gặp rất nhiều khó khăn, hoạt động của các doanh nghiệp rất trì trệ, hàng hóa tồn kho ngày càng tăng do không tiêu thụ được, công nợ khó đòi giữa các doanh nghiệp với nhau tăng cao dẫn đến việc trả nợ ngân hàng hết sức khó khăn.

Năm 2019, nền kinh tế vẫn còn nhiều khó khăn khi bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid 19, NHNN tiếp tục thực hiện chính sách tiền tệ thắt chặt, bất động sản đóng băng, nguồn vốn giải ngân cho các dự án chậm, tỷ giá ngoại tệ ổn định, giá vàng biến động phức tạp, thị trường chứng khoán liên tục lao dốc khiến cho người dân và các nhà đầu tư có nhiều nguồn tiền nhàn rỗi gửi vào ngân hàng. Mặc dù lãi suất huy động liên tiếp giảm trong năm (từ 9%/năm ở thời điểm đầu năm xuống còn 7%/năm vào thời điểm cuối năm). Nhưng với quyết tâm giữ vững và gia tăng nền vốn, bám sát chỉ đạo của ACB, CN đã triển khai nhiều biện pháp nhằm gia tăng tiền gửi của khách hàng, đặc biệt là khách hàng dân cư, gia tăng các chương trình khuyến mãi, nhằm tạo tính hấp dẫn với lãi suất tiền gửi tiết kiệm. Bên cạnh đó CN đã chủ động đàm phán những khách hàng có nguồn tiền lớn và tiền gửi đến hạn để giữ chân, áp dụng chính sách phí, lãi suất phù hợp nhằm thu hút và duy trì khách hàng. Điều chỉnh, bổ sung cơ chế động lực đối với các tập thể, cá nhân trong huy động vốn; xây dựng chính sách chăm sóc, khuyến mại; lựa chọn các kênh quảng bá sâu rộng tới mọi đối tượng khách hàng.

Với phương châm coi hoạt động huy động vốn là nghiệp vụ quan trọng và được quan tâm kỹ lưỡng nên trong những năm qua hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum cũng thu được những kết quả được thể hiện qua bảng số liệu sau:

Bảng 2.4. Kết quả hoạt động huy động vốn ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm	Vốn huy động		Chênh lệch tuyệt đối	Chênh lệch tương đối (%)
	Kế hoạch	Thực hiện		
2018	428	490	62	1,14
2019	510	542	32	1,06
2020	598	649	51	1,08

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của ACB - CN Kon Tum

Qua bảng số liệu trên ta thấy:

Năm 2018, chỉ tiêu huy vốn đặt ra (428 tỷ đồng). Thực tế, CN đã huy động được 490 đồng, vượt kế hoạch đặt ra 1,1%. Có được kết quả trên 1 phần là nhờ Chi nhánh đã có định hướng bán hàng; có đội ngũ nhân viên với phong cách phục vụ văn minh, lịch sự, đúng quy trình, tận tình, chu đáo đã chiếm được lòng tin của số lượng khách hàng ngày càng tăng. Đây là cơ sở giúp cho ngân hàng có số dư tiền gửi tăng mạnh mặc dù lãi suất huy động của ACB so với các NHTM khác trên cùng địa bàn chưa thực sự hấp dẫn.

Năm 2019, ngân hàng đặt ra chỉ tiêu huy động vốn tăng xấp xỉ 19,15% so với năm 2018 (510 tỷ đồng). Thực tế trong năm 2019, CN đã huy động được 542 tỷ đồng, hoàn thành vượt với chỉ tiêu đặt ra là 1,06%. Nguồn vốn huy động của CN tăng so với kế hoạch

Năm 2020, chỉ tiêu huy động vốn đặt ra tăng so với năm 2019 là xấp 17,25%. Kết quả, năm 2020, CN đã đạt được 649 tỷ đồng, tăng thêm được 1,08% so với kế hoạch. Vào thời gian này, nền kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng bị ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch, tuy nhiên Ngân hàng ACB - CN Kon Tum vẫn hoạt động tốt trong lĩnh vực huy động vốn. Với khối lượng vốn huy động được ở mức độ Chi nhánh thì Ngân hàng ACB - CN Kon Tum có đủ khả năng đáp ứng nhu cầu về vốn của khách hàng, đồng thời góp phần nhỏ vào việc điều hoà vốn cho toàn hệ thống và tham gia thị trường vốn. Tuy nhiên, với nhận định của Ban lãnh đạo ngân hàng về tình hình nền kinh tế trong năm 2020 còn tiềm ẩn nhiều bất ổn, Ngân hàng xác định nhu cầu vốn đầu tư cho nền kinh tế vẫn rất lớn, vốn không bao giờ thừa cho một nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam, nên đã xác định một chiến lược tăng trưởng vốn lâu dài trong tương lai.

2.3.2. Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum

❖ Cơ cấu nguồn huy động vốn theo kỳ hạn

Để thu hút tối đa nguồn tiền nhàn rỗi từ dân cư và các tổ chức kinh tế xã hội đang hoạt động trên địa bàn, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum liên tục đa dạng hóa các hình thức nhận tiền gửi. Trong đó, lãi suất không kỳ hạn VNĐ ở sản phẩm tiền gửi đầu tư trực tuyến có lúc lên tới mức cao nhất 9,6%/năm; kỳ hạn từ 1 tuần đến 3 tuần với mức gửi tối thiểu cho kỳ hạn tuần từ 50 Trđ giảm xuống 10 triệu đồng; các kỳ hạn 1 tháng, 2 tháng, 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng, 12 tháng, 13 tháng, 24 tháng, 36 tháng kết hợp lãi suất linh hoạt

với phương thức trả lãi theo yêu cầu của khách hàng như: trả lãi hàng tháng, trả lãi hàng quý hoặc trả lãi cuối kỳ; ... nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng đến gửi tiền.

Để thấy rõ hơn nguồn huy động tiền gửi theo kỳ hạn của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum ta phân tích các số liệu sau:

Bảng 2.5. Cơ cấu huy động vốn theo kỳ hạn của ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm	2018		2019		2020		So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tốc độ tăng trưởng	Giá trị	Tốc độ tăng trưởng
Ngắn hạn	307	63%	353	65%	338	52%	46	15%	-15	-4%
Trung và dài hạn	183	37%	189	35%	211	33%	6	3%	22	12%
Tổng vốn huy động	490	100%	542	100%	649	100%	52	10,61%	107	19,74%

Nguồn: Phòng Quan hệ khách hàng cá nhân ACB CN Kon Tum

+ **Nguồn vốn ngắn hạn:** chiếm tỷ trọng lớn trong tổng NVHĐ và có xu hướng biến động, tăng ở năm 2019 so với 2018 cả về tỷ trọng và tốc độ tăng trưởng; năm 2020 giảm cả về tỷ trọng và tốc độ tăng trưởng so với 2019. Cụ thể:

Về tỷ trọng: tỷ trọng NV ngắn hạn tăng từ 63% năm 2018 lên 65% năm 2019 và chiếm tỷ trọng 52% năm 2020.

Về tốc độ tăng trưởng: Tốc độ tăng trưởng của nguồn vốn ngắn hạn cũng có sự biến động. Năm 2019, tăng 46 tỷ đồng so với năm 2018, tốc độ tăng trưởng là 15%; năm 2020, tốc độ tăng trưởng giảm -4% giảm 15 tỷ đồng so với năm 2019.

Về phía CN, gặp phải những khó khăn nhất định như: lãi suất cạnh tranh chưa thực sự hấp dẫn so với các ngân hàng bạn trên cùng địa bàn; mặt khác, Nhà nước có qui định trần lãi suất huy động nhưng vẫn có ngân hàng tìm cách vượt rào. Một số ngân hàng khác cũng đẩy mạnh các sản phẩm tiền gửi trên với lãi suất khá cao nên có thời điểm khách hàng đồng loạt rút các khoản gửi ngắn hạn để mang sang gửi ngân hàng khác làm cho nguồn ngắn hạn có phần sụt giảm. Còn xét về tâm lý khách hàng, khách hàng thường có xu hướng lựa chọn gửi tiền ở các kỳ hạn 1 tháng đến 6 tháng để phòng có thể có việc đột suất cần rút tiền trước hạn thì sẽ giảm bớt thiệt hại về lãi suất, để nhanh được rút lãi nếu như tiền lãi là 1 phần nhỏ để thêm vào chi tiêu sinh hoạt,... Vì thế, nguồn ngắn hạn tuy có phần giảm về tỷ trọng, tốc độ tăng trưởng nhưng nhìn chung vẫn giữ được ổn định.

+ **Với nguồn vốn trung dài hạn của CN:** chiếm tỷ trọng thấp hơn trong tổng nguồn vốn huy động, tuy nhiên hiện đang tăng trưởng khá tốt. Xác định đây là nguồn để ngân hàng tiến hành cho vay trung dài hạn, là cách để giảm bớt rủi ro, chi phí và mang lại nhiều lợi nhuận cho ngân hàng nên công tác tăng cường nguồn huy động trung dài hạn

được CN hết sức quan tâm. Chẳng hạn, khách hàng có thể gửi kỳ hạn dài mà vẫn được cập nhật lãi suất linh hoạt, khách hàng được rút trước hạn mà vẫn được hưởng lãi tròn kỳ như lúc gửi thỏa thuận, kỳ chưa tròn ngân hàng mới tính lãi KKH, ngân hàng cũng khuyến khích khách hàng để đến đúng kỳ hạn qui định bằng các hậu mãi, thưởng thêm... Ngoài ra, với uy tín của ACB trong hệ thống các NHTM tại Việt Nam cũng như trong thanh toán quốc tế, các hình thức cấp tín dụng như: bảo lãnh, cho vay, chiết khấu... luôn được khách hàng lựa chọn; điều này, kéo theo số dư của các khoản tiền ký quỹ bảo lãnh, ký quỹ du lịch cho các công ty lữ hành quốc tế, ký quỹ phát hành L/C, ký quỹ phát hành thẻ tín dụng... vẫn được coi là nguồn tiền gửi trung dài hạn ngày càng tăng cao. Các chính sách linh hoạt đã góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng mạnh mẽ nguồn huy động trung dài hạn.

❖ Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng huy động

Như trình bày ở phần trên, các hình thức huy động vốn có thể từ: nhận tiền gửi của khách hàng, phát hành giấy tờ có giá, đi vay,... Cơ cấu nguồn vốn huy động từ các cá nhân và các tổ chức kinh tế được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.6. Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm	2018		2019		2020		So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tốc độ tăng trưởng (%)	Giá trị	Tốc độ tăng trưởng (%)
Tổ chức kinh tế	236	48	284	52	366	56	48	20	82	29
Cá nhân, hộ gia đình	254	52	258	48	283	44	4	2	25	10
Tổng vốn huy động	490	100	542	100	649	100	52	10,61	107	19,74

Nguồn: Phòng Quan hệ khách hàng cá nhân ACB CN Kon Tum

Ta thấy: Nguồn tiền gửi từ các cá nhân, hộ gia đình chiếm tỷ trọng lớn hơn tổ chức kinh tế trong tổng NVHĐ ở năm 2018 là 52%. Lần lượt qua các năm 2019 nguồn này giảm còn 48%, năm 2020 giảm còn 44. Ngược lại, nguồn tiền gửi từ các tổ chức kinh tế chiếm tỷ trọng thấp hơn trong tổng NVHĐ ở năm 2018 là 48%, nhưng qua các năm đã có sự điều chỉnh nhích dần lên để cho phù hợp và cân đối về quy mô tỷ trọng nguồn vốn. Cụ thể: năm 2019 chiếm tỷ trọng 52%, tăng 20% so với năm 2018, năm 2020 chiếm tỷ trọng 56%, tăng 29% so với năm 2019. Tuy nhiên, chưa thể kết luận được trong hai hoạt động huy động trên thì hoạt động huy động từ cá nhân hay hoạt động huy động từ TCKT hoạt động nào đạt kết quả tốt và hiệu quả hơn hoạt động nào. Nó phụ thuộc vào nhiều yếu tố

cũng như đặc điểm nguồn tiền mà cá nhân hay tổ chức gửi vào ngân hàng. Chẳng hạn, cá nhân nguồn tiền gửi nhỏ nhưng để sinh lợi lại thường được duy trì trong các TK CKH- tương đối ổn định, cộng với địa bàn CN tập trung nơi khu dân cư đông đúc nên số lượng KH CN vì thế có phần chiếm ưu thế hơn ; trong khi đó, tiền gửi từ các TCKT với lượng tiền giao dịch lớn nhưng chủ yếu tồn tại trong các TK KKH để phục vụ cho các mục đích thanh toán, chi trả tiền hàng hóa, dịch vụ... nên số dư có thời điểm rất lớn, có thời điểm chỉ còn duy trì ở mức số dư tối thiểu- nguồn này không ổn định. Do đó, nguồn huy động từ TCKT tuy chiếm tỷ trọng nhỏ nhưng chưa chắc hoạt động đã kém hiệu quả.

Có thể nói, CN đã thực sự coi trọng vai trò của đối tượng khách hàng là các cá nhân và các doanh nghiệp nên liên tục đẩy mạnh cải tiến qui trình cho phù hợp với từng thời điểm, duy trì tốt mối quan hệ ngân hàng- khách hàng để thu hút nguồn vốn của họ vào ngân hàng.

❖ Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền tệ

Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền gửi của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.7. Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền tệ của ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

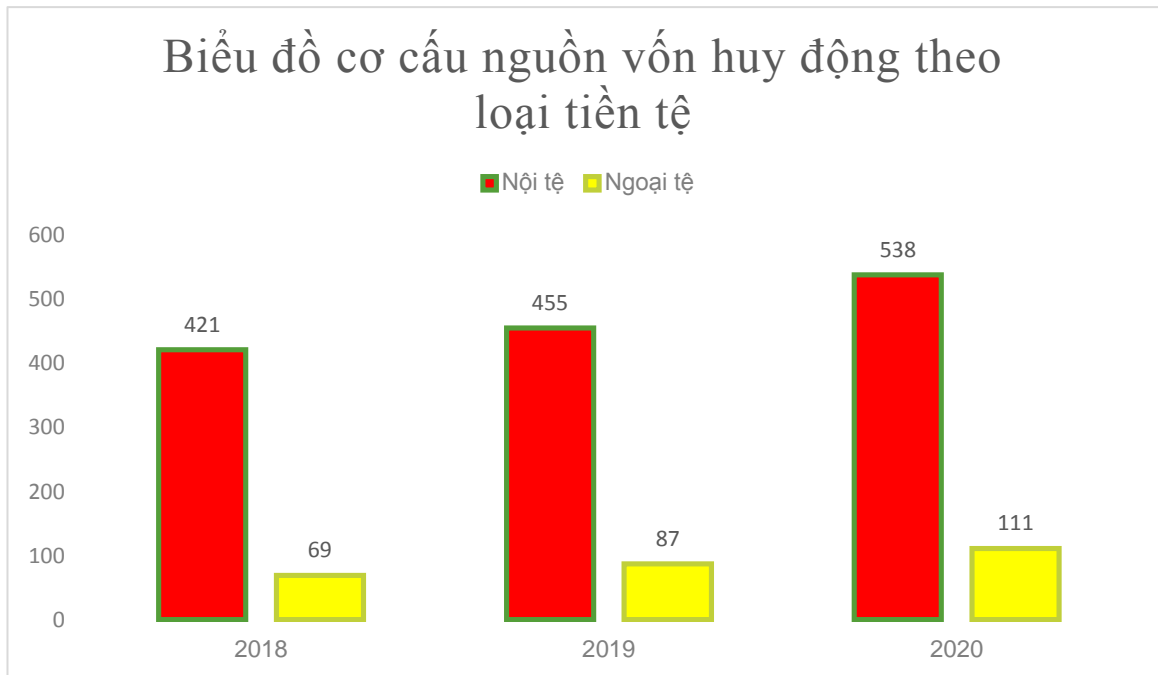
Đơn vị: Tỷ đồng

Năm	2018		2019		2020		So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tốc độ tăng trưởng	Giá trị	Tốc độ tăng trưởng
Nội tệ	421	86%	455	84%	538	83%	34	8%	83	18%
Ngoại tệ (quy đổi ra VNĐ)	69	14%	87	16%	111	17%	18	26%	24	28%
Tổng vốn huy động	490	100%	542	100%	649	100%	52	10,61%	107	19,74%

Nguồn: Phòng Quan hệ khách hàng cá nhân ACB CN Kon Tum

Biểu diễn số liệu trên biểu đồ:

Đơn vị: tỷ đồng



Biểu đồ 2. 1. Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền tệ của ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Nhìn vào biểu đồ và bảng số liệu trên, ta thấy:

Nguồn huy động bằng VNĐ, vẫn là nguồn vốn chủ yếu và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng NVHĐ của CN. Nguồn vốn này ít biến động qua các năm từ 2018 đến 2020. Quy mô của nguồn vốn bằng VNĐ vẫn giữ được mức ổn định nằm trên khoảng 80%.

Năm 2018, quy mô nguồn vốn nội tệ mà CN huy động được là 421 tỷ đồng, chiếm 86% tổng NVHĐ đến năm 2019 là 455 tỷ đồng, chiếm 84 % tổng NVHĐ. Tốc độ huy động nội tệ năm 2019 so với năm 2018 tăng 34 tỷ đồng tương đương tốc độ tăng 8%. Sang đến năm 2020 thì tổng nguồn vốn huy động bằng VNĐ của CN đạt 538 tỷ đồng, và chiếm 83% tổng NVHĐ.

Nguồn huy động ngoại tệ, chiếm tỷ trọng nhỏ hơn trong tổng NVHĐ nhưng lại giúp CN đa dạng hóa hình thức huy động, mở rộng tiếp xúc khách hàng, đáp ứng nhu cầu đầu tư, cho vay bằng ngoại tệ, hoạt động TTQT, ... và nhất là giúp CN tăng thu nhập, giảm thiểu rủi ro về tỷ giá trên thị trường. Nguồn vốn ngoại tệ có biến động theo xu hướng biến động của thị trường. Năm 2018, nguồn vốn ngoại tệ đạt 69 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 14%; đến năm 2018 tăng lên 87 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 16%; đến năm 2020 tăng lên 111 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 17%. Sau Vietcombank thì ACB là 1 trong những NHTM CP kinh doanh nhiều loại ngoại tệ: USD, EUR, JPY, NZD, GBP, đồng Bat Thái,... Tuy nhiên, các CN thuộc khu vực tỉnh Kon Tum chỉ tập trung huy động đồng Đô La Mỹ, với các kỳ hạn và các chương trình khuyến mại phong phú như đồng nội tệ. Chính vì vậy, nguồn vốn huy động ngoại tệ chủ yếu là USD chiếm tỷ trọng lớn nhất so với các nguồn ngoại tệ khác. Ngoài ra, trong phạm vi các loại ngoại tệ mà ACB kinh doanh, các CN đều

được mở TK TGTT (TG KKH) ngoại tệ cho các cá nhân có nhu cầu nhận tiền của người thân từ nước ngoài chuyển về hay các tổ chức kinh tế xuất khẩu hàng hóa nhận tiền thanh toán từ đối tác nước ngoài. Như vậy, nguồn ngoại tệ khác chủ yếu tập trung ở TK TGTT- số dư không lớn nên nguồn này chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ, không đáng kể trong tổng NVHĐ nhưng lại vô cùng quan trọng giúp CN dư sức đáp ứng cho các khách hàng là những đơn vị xuất nhập khẩu, linh hoạt trong thanh toán quốc tế, cho vay, đầu tư bằng ngoại tệ.

Nhìn chung, cơ cấu kỳ hạn nguồn vốn huy động của chi nhánh đang thay đổi theo xu hướng tăng lên ở hầu hết các loại hình: nguồn vốn có kỳ hạn, không kỳ hạn; nguồn vốn nội tệ, ngoại tệ; tiền gửi của TCKT, cá nhân đều tăng dần qua các năm từ năm 2018 cho đến 2020, nhưng lượng tăng cũng không đáng kể hay hầu như không thay đổi nhiều.

Sự thay đổi trong cơ cấu nguồn vốn tại Chi nhánh khá phù hợp với sự thay đổi trong nhu cầu cho vay và đầu tư. Trong cơ cấu cho vay CN, cho vay ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn; cho vay ngoại tệ chiếm tỷ trọng ngày càng cao. Vì thế tăng nguồn tiền gửi không kỳ hạn, tăng tiền gửi dân cư, tăng tiền gửi ngoại tệ huy động của dự án chính là tăng nguồn vốn tài trợ cho vay ngắn hạn, cho vay ngoại tệ.

Mặt khác, sự tăng lên của tỷ lệ tiền gửi trên 12 tháng tức là tăng nguồn vốn trung và dài hạn có tính ổn định cao đảm bảo cân đối nguồn vốn và ổn định tính thanh khoản đối với hoạt động kinh doanh ngân hàng.

2.3.3. Một số chỉ tiêu về chất lượng huy động vốn tại ngân hàng ACB – CN Kon Tum

a. Phân tích khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn của NVHĐ

Huy động vốn và sử dụng vốn là hai hoạt động kinh doanh cơ bản của các NHTM, có mối quan hệ qua lại, ràng buộc lẫn nhau. Các NHTM không chỉ quan tâm tới việc huy động thật nhiều vốn mà còn phải tìm nơi cho vay, đầu tư sao cho có hiệu quả. Nếu ngân hàng chỉ chú trọng tới việc huy động nhiều vốn mà bỏ ngỏ hoạt động cho vay, đầu tư thì sẽ dẫn đến tình trạng ứ đọng vốn; trong khi nguồn huy động vào vẫn phải trả chi phí thì lợi nhuận của ngân hàng tất yếu sẽ suy giảm. Ngược lại, nếu nguồn vốn huy động không đủ để đáp ứng hoạt động cho vay, đầu tư thì ngân hàng sẽ dần mất đi cơ hội kinh doanh, mở rộng khách hàng... từ đó làm uy tín ngân hàng giảm sút.

Xác định cho vay là nghiệp vụ sinh lời chủ yếu ở các NHTM Việt Nam. Vì vậy, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum luôn cố gắng đáp ứng nhu cầu khách hàng trên cơ sở hai bên cùng có lợi, từ đó đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng dư nợ một cách an toàn, hiệu quả và chắc chắn với nền kinh tế. Bởi vậy, việc tăng trưởng nguồn vốn là điều kiện trước nhất để CN mở rộng cho vay, đáp ứng nhu cầu vốn cho khách hàng.

Việc phân tích chỉ tiêu dư nợ/ tổng NVHĐ nhằm đánh giá khả năng chủ động trong hoạt động tín dụng và khả năng sử dụng nguồn vốn huy động của CN có hiệu quả hay không. Chỉ tiêu này quá lớn hay quá nhỏ đều không tốt, bởi vì nếu chỉ tiêu này lớn thì khả năng huy động vốn của CN kém. Ngược lại, chỉ tiêu này nhỏ thì Ngân hàng sử dụng nguồn vốn huy động không hiệu quả. Vì vậy, ta cùng xem xét bảng số liệu sau:

Bảng 2.8. Tổng dư nợ trên nguồn vốn huy động của ACB - CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Tổng NVHĐ	490	542	649
Tốc độ tăng trưởng NVHĐ (%)	-	10,61	19,74
Tổng dư nợ	169	178	194
Tốc độ tăng trưởng tín dụng (%)	-	5	9
Chênh lệch ΣNVHĐ với Σdư nợ	+321	+364	+455
Tỷ lệ dư nợ/ tổng NVHĐ (lần)	0,34	0,33	0,298

Nguồn: Phòng Quan hệ khách hàng cá nhân ACB CN Kon Tum

Bảng số liệu cho thấy đến thời điểm cuối năm 2020, tổng dư nợ tín dụng của Chi nhánh đạt 194 tỷ đồng. Dư nợ qua các năm đều tăng, chứng tỏ chất lượng hoạt động tín dụng luôn được chi nhánh chú trọng, ACB xây dựng hệ thống các quy trình, chính sách tín dụng cũng như các mẫu hợp đồng tín dụng, hợp đồng bảo lãnh áp dụng thống nhất trên toàn hệ thống.

Mặt khác, qua bảng số liệu trên, ta thấy:

+ Năm 2018, tỷ lệ dư nợ so với tổng vốn huy động chỉ đạt 0,34 lần cho thấy một đồng vốn huy động chỉ cho vay được 0,34 đồng và 0,76 đồng vốn huy động còn lại CN đang phải chi trả lãi. Chỉ tiêu này quá thấp gây bất lợi cho CN trong việc sử dụng nguồn vốn huy động được, chứng tỏ CN vẫn chưa tận dụng hết nguồn vốn, hiệu quả không cao. Tuy nhiên, đây là tình hình chung của cả hệ thống Ngân hàng trong giai đoạn năm 2018. Lượng vốn huy động lúc đó không do nhu cầu tăng trưởng kinh tế, mà chỉ nhằm tạm thời phục vụ tính thanh khoản của các nhà băng nhỏ, khách hàng đổ xô rút tiền ở nơi lãi suất thấp để gửi tiền vào nơi có lãi suất cao và cũng do lãi suất tăng cao nên hoạt động cho vay của ngân hàng bị hạn chế làm cho chỉ tiêu dư nợ trên tổng vốn huy động giảm mạnh chỉ còn 0,34 lần.

+ Năm 2019 tình hình còn kém hơn khi tỷ lệ dư nợ so với tổng vốn huy động giảm 0,33 lần. Đó là vì do ảnh hưởng của dịch bệnh khiến cho nền kinh tế bị thiệt hại nặng nề, các doanh nghiệp cũng như cá nhân hộ gia đình bị phá sản không đủ khả năng vay vốn để phát triển.

+ Đến năm 2020, chỉ tiêu này đã giảm xuống còn 0,298 lần, cho biết một đồng vốn huy động được cho vay 0,298 đồng và có 0,702 đồng vốn huy động còn lại Chi nhánh đang phải trả lãi. Điều này cho thấy Ngân hàng ACB - CN Kon Tum phải chủ động được đầu ra của nguồn vốn, để giảm thiểu gánh nặng chi phí, và khả năng sử dụng nguồn vốn huy động của CN hiệu quả hơn trong năm 2021.

b. Chi phí huy động vốn

Như ta đã biết, một nguồn vốn huy động được coi là có hiệu quả khi đáp ứng hai điều kiện:

+ Thứ nhất, về qui mô và cơ cấu của nguồn đáp ứng được các nhu cầu kinh doanh của ngân hàng

+ Thứ hai, chi phí cho nguồn phải ở mức chấp nhận được.

Trong hai điều kiện trên thì điều kiện thứ hai được các ngân hàng quan tâm hơn cả. Bởi vì, nó quyết định trực tiếp tới lợi nhuận của ngân hàng. Chi phí vốn thường bao gồm các khoản như: chi phí trả lãi tiền gửi, chi phí về cơ sở vật chất kỹ thuật, chi phí giao dịch... nhưng trong đó chủ yếu vẫn là chi phí trả lãi.

Để tăng cường nguồn vốn huy động, thu hút khách hàng, trong thời gian qua, ACB đã liên tục đưa ra một mức lãi suất hợp lý trong từng thời kỳ. Chi phí huy động và lãi suất bình quân đầu vào của ngân hàng ACB – CN Kon Tum được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.9. Chi phí huy động và lãi suất huy động bình quân của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Chi phí trả lãi thực tế	17	15	18
Lãi suất huy động bình quân	9,46%	8,22%	7,59%

(Nguồn: Báo cáo tài chính ngân hàng ACB – CN Kon Tum)

Qua bảng bảng trên cho thấy, chi phí trả lãi thực tế có xu hướng giảm trong giai đoạn 2018- 2019. Chi phí trả lãi năm 2018 là 17.tỷ đồng, năm 2018 giảm còn 15 tỷ đồng. Năm 2019, do NHNN áp dụng trần lãi suất huy động giảm về mức 9% và một phần do CN chủ động cắt giảm nhiều chi phí không cần thiết nên chi phí trả lãi thực tế đã giảm. Đến năm 2020, chi phí trả lãi lại tăng 18 tỷ đồng, mặc dù lãi suất huy động có giảm so với năm 2019 nhưng do mức tăng lượng vốn huy động lại nhiều hơn. Ngân hàng ACB - CN Kon Tum tăng cường huy động tiền gửi của khách hàng nên chi phí lãi vay tiền gửi năm 2020 cũng tăng lên so với năm 2019.

Chi phí lãi suất huy động bình quân cho vốn huy động của Chi nhánh giảm dần qua từng năm. Năm 2018 chí phí lãi bình quân là 9,46% sang năm 2019 giảm còn 8,22% và đến năm 2020 chỉ còn 7,59%. Như vậy CN đang xây dựng cho mình một chiến lược khá tốt khi lượng vốn huy động hàng năm tăng lên trong khi chi phí lãi có xu hướng giảm. Thêm nữa, trong giai đoạn này NHNN đã có những chính sách áp trần lãi suất huy động để kiềm chế lạm phát, ngăn ngừa cạnh tranh lãi suất giữa các ngân hàng, buộc các ngân hàng phải có sự điều chỉnh hợp lý lãi suất huy động vốn bình quân.

c. Hiệu quả sử dụng vốn

Bảng 2.10. Hiệu quả sinh lời của vốn huy động

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Thu nhập từ cho vay và đầu tư	6,25	8,51	10,06
CP trả lãi tiền gửi, tiền vay,...	4,12	6,27	7,53
Lợi nhuận kinh doanh từ VHD	2,13	2,24	2,53
Tỷ suất sinh lợi nhuận / Tổng VHD (%)	1,68	3,31	3,94

(Nguồn: Báo cáo tài chính ngân hàng ACB – CN Kon Tum)

Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động (Lãi ròng từ cho vay và đầu tư): là khoản thu nhập của NHTM thu được từ hoạt động cho vay và đầu tư sau khi trừ chi phí huy động và chi phí hoạt động khác.

Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động của CN năm 2018 là 2,13 tỷ đồng; năm 2019 là 2,24 tỷ đồng và năm 2020 tăng lên 2,53 tỷ đồng. Chỉ tiêu này trong các năm qua đều ở mức dương và có xu hướng tăng lên. Có được kết quả này là do CN đã tính toán cân đối hợp lý chi phí huy động vốn với thu nhập từ cho vay và đầu tư, không để lợi nhuận âm. Mặc dù lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động tăng không nhiều nhưng nó vẫn thể hiện Chi nhánh đã thực hiện khá tốt hiệu quả nghiệp vụ huy động vốn.

Tỷ suất lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động (Tỷ suất lãi ròng từ cho vay, đầu tư): Chỉ tiêu tỷ suất sinh lợi từ vốn huy động cho biết trong kỳ phân tích, từ 100 đồng nguồn vốn huy động được, qua quá trình cho vay và đầu tư, NHTM thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum chỉ tiêu này có chiều hướng tăng, năm 2018 ở mức 1,68%; sang năm 2019 tăng lên là 3,31%, đến năm 2020 tỷ suất lợi nhuận từ VHD đã tăng lên đến 3,94%. Chỉ số này của Chi nhánh có chiều hướng tăng lên nhưng nhìn chung vẫn còn khá thấp, mức tăng chậm, do hoạt động của toàn hệ thống ngân hàng nói chung và của CN nói riêng vẫn đang gặp nhiều khó khăn trong cho vay nên lợi nhuận không cao thì hiệu quả sử dụng vốn huy động của Ngân hàng thấp. Điều này cũng cho thấy VHD của Chi nhánh chưa phát huy hoàn toàn khả năng sinh lời, còn để tình trạng ứ đọng vốn. Trong những năm tới, ACB- CN Kon Tum cần có những biện pháp nhằm nâng cao khả năng sinh lời cho VHD góp phần nâng cao mức lợi nhuận trong kỳ.

2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG CHẤT LƯỢNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM

Qua quá trình phân tích thực trạng cơ cấu nguồn vốn huy động cũng như qua một vài nhận xét đánh giá sơ bộ về khả năng huy động vốn, cung ứng vốn, bảo đảm an toàn vốn... tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum ở trên, ta có thể đưa ra một số ý kiến về hoạt động huy động vốn tại CN trong thời gian qua như sau:

2.4.1. Những kết quả đã đạt được

Hoạt động huy động vốn của ngân hàng ngày càng được coi trọng và có những kết quả đáng khích lệ. Nguồn vốn huy động của CN luôn tăng, năm sau lớn hơn năm trước. Năm 2019, CN huy động được 542 tỷ đồng, tăng 52 tỷ đồng so với năm 2018. Năm 2020, CN huy động được 649 tỷ đồng, tăng 107 tỷ đồng so với năm 2019. Kết quả này không phải ngẫu nhiên có được mà đó là sự nỗ lực phấn đấu vượt qua mọi khó khăn của CN.

Công tác huy động vốn ngày càng hoàn thiện. Đảm bảo phân công, phân nhiệm đến từng bộ phận, phòng ban liên quan đến huy động vốn, tăng cường hiệu quả hoạt động của bộ phận nguồn vốn.

Nguồn vốn huy động tương đối ổn định và có sự tăng trưởng tương đối tốt. Bằng những sản phẩm dịch vụ đa dạng, phong phú và hữu ích đối với khách hàng, với phong cách phục vụ, giao dịch văn minh, hiện đại...Ngân hàng ACB - CN Kon Tum ngày càng thu hút được nhiều khách hàng tiềm năng. Chính vì vậy nguồn vốn của CN tăng trưởng, hoàn thành vượt mức kế hoạch. Năm 2020, tổng nguồn vốn huy động Chi nhánh đạt 649 tỷ đồng vượt 1,08% kế hoạch đề ra.

Ngân hàng ACB - CN Kon Tum thuộc địa bàn đông dân cư nên có những thuận tiện trong công tác huy động vốn. Với việc đưa ra các chiến lược phù hợp và an toàn nên CN đã thu hút được lượng lớn tiền nhàn rỗi từ bộ phận đối tượng không thích gửi tiền mà thường giữ ở nhà hoặc đầu tư mua vàng về trữ tại nhà.

ACB đưa ra mức lãi suất, các chi phí đầu vào hợp lý từ đó chủ động được lãi suất đầu ra. Những năm gần đây, CN cũng đẩy mạnh việc huy động các nguồn vốn trung và dài hạn, là cơ sở tạo nhiều lợi nhuận cho ngân hàng, bởi từ đó ngân hàng có thể tiến hành cho vay trung và dài hạn nhiều hơn với lãi suất cao. Huy động được nhiều vốn trung và dài hạn cũng chứng tỏ rằng uy tín của CN đang được nâng cao, tăng ưu thế trong cạnh tranh.

Song song với việc huy động vốn, CN cũng hết sức chú ý đến việc sử dụng vốn: cho vay,... Huy động vốn tạo cơ sở cho cho vay và cho vay lại là điều kiện để thúc đẩy huy động vốn. Nâng cao việc sử dụng vốn một cách có hiệu quả sẽ giúp cho CN tăng cường huy động vốn và làm cho lợi nhuận của ngân hàng tăng lên.

Ngân hàng ACB - CN Kon Tum đã cố gắng rất nhiều trong việc cải tiến quy trình dịch vụ đơn giản hóa thủ tục tiền gửi tiết kiệm. Nó liên quan đến thời gian giao dịch và cảm nhận của khách hàng về chất lượng phục vụ của CN. Khách hàng đến giao dịch với CN rất hài lòng vì thủ tục nhanh chóng, đơn giản, tiết kiệm thời gian cho khách hàng. Đặc biệt, các sản phẩm tiền gửi Online không chỉ làm tăng thêm tiện ích cho “dịch vụ ngân hàng điện tử” của ACB mà còn được ACB chú trọng trong giai đoạn này với mức lãi suất cao nhất ở tất cả các kỳ hạn, đang thực sự đem lại sự hài lòng, thuận lợi cho khách hàng.

Lợi thế từ quy mô, thương hiệu nổi tiếng, năng lực tài chính và uy tín từ ACB đã thu hút được nhiều khách hàng đến với CN để gửi tiền. Ngoài ra, đội ngũ nhân viên có

trình độ chuyên môn cao, trẻ trung, năng động, nhiệt tình, sáng tạo... thường xuyên được đào tạo, nâng cao trình độ nghiệp vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng phát triển trong các hoạt động, giao dịch, phục vụ khách hàng.

2.4.2. Hạn chế và nguyên nhân

a. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đã đạt được trong việc huy động vốn, ACB- CN Kon Tum vẫn còn một số hạn chế, cần phải vượt qua:

- Với chỉ tiêu tăng trưởng huy động giao xuống cho các CN ở ACB hàng năm luôn cao thì việc hoàn thành kế hoạch đề ra đang là thách thức lớn, cần sự nỗ lực vượt bậc của lãnh đạo và toàn thể nhân viên của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum.

- Cân đối giữa huy động vốn và sử dụng vốn không ổn định, mặc dù nguồn vốn huy động tăng trưởng tương đối tốt nhưng mức tăng trưởng tín dụng lại chưa phù hợp, do đó, tồn tại bất ổn trong mối tương quan về nguồn vốn huy động – cho vay.

- Trong cơ cấu tiền gửi của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum, tỷ lệ tiền gửi của TCKT còn thấp (tỷ trọng <10%), trong khi nguồn này chủ yếu hình thành từ nguồn TGTT nên có chi phí tương đối thấp và khối lượng vốn lại lớn, hơn nữa qua hình thức huy động này CN có thể nắm bắt rõ hơn về tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp,... Do vậy trong các năm tiếp theo, CN cần chú ý khai thác nguồn này, đặc biệt là từ đó có thể mở rộng quan hệ tín dụng, các dịch vụ thanh toán khác...

- Cơ cấu nguồn vốn KKH, CKH mà không giữ được cân đối có thể gây khó khăn cho công tác cho vay ngắn hạn hoặc vay trung dài hạn. Nguồn vốn kỳ hạn dưới 12 tháng giảm về tỷ trọng và tăng trưởng chậm qua các năm sẽ cản trở hoạt động cho vay ngắn hạn tại CN.

- Lãi suất huy động và các chương trình khuyến mại của ACB tại nhiều thời điểm không thực sự hấp dẫn hơn so với các ngân hàng bạn.

- Sản phẩm huy động của ACB ngày càng một phong phú song các ngân hàng bạn cũng có những sản phẩm hấp dẫn tương tự, có chăng chỉ khác nhau ở tên gọi và các chế độ khuyến mại, hậu mãi...

b. Nguyên nhân

❖ Nguyên nhân chủ quan:

- CN ACB mới thành lập nên còn khá khiêm tốn so với các ngân hàng bạn trên địa bàn nên tâm lý của khách hàng sẵn sàng không giao dịch tại địa bàn mà chuyển sang giao dịch tại ngân hàng lớn hoạt động lâu dài trong khu vực. Một số doanh nghiệp lớn đều có quan hệ với Ngân hàng quốc doanh và được hưởng ưu đãi về lãi suất, phí... nên rất khó đặt quan hệ với họ.

- ACB chưa có cơ chế khuyến khích, động viên các CN. Điều này thể hiện ở công tác điều hành kế hoạch chủ yếu bằng biện pháp giao chỉ tiêu kế hoạch buộc các CN phải thực hiện, khi cần vốn thì giao chỉ tiêu huy động vốn, khi thừa vốn thì giao chỉ tiêu giảm huy động vốn. Do vậy, các CN không chủ động được trong hoạt động huy động vốn.

- Hiện nay, trong vấn đề huy động vốn, CN vẫn theo những quy định của NHNN và của ACB nói riêng. Đặc biệt là vấn đề lãi suất nên cũng ảnh hưởng tới quy mô huy động vốn của CN.

- Sản phẩm huy động của ACB ngày càng một phong phú song các ngân hàng bạn cũng có những sản phẩm hấp dẫn tương tự, có chăng chỉ khác nhau ở tên gọi và các chế độ khuyến mại, hậu mãi... Chính yếu tố tương đồng đã ảnh hưởng đến các chiến lược cạnh tranh của Ngân hàng. Trong khi đó, một số sản phẩm của ACB có quy trình nội bộ còn tương đối phức tạp nên nhiều khi nhân viên ngại thực hiện, giới thiệu đến khách hàng.

- Hoạt động Marketing chưa được chú trọng đúng mức, hoạt động Marketing còn đơn điệu, cổ điển. Việc quảng bá chương trình chủ yếu là băng rôn tại cửa của CN nên còn nhiều người chưa biết đến. Nhiều khách hàng nhìn thấy các chương trình khuyến mại hấp dẫn nhưng vẫn còn nghi ngờ vì chưa hiểu rõ các thủ tục và qui chế ràng buộc.

❖ Nguyên nhân khách quan:

- CN còn gặp phải những hạn chế từ phía nền kinh tế ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn của ngân hàng: biến động của thị trường tài chính không theo quy luật tự nhiên mà còn đặt nặng cơ chế quản lý của Nhà nước,...

- Các tổ chức phi tài chính như: bảo hiểm nhân thọ, tiết kiệm bưu điện, công ty cho thuê tài chính, các quỹ tín dụng... với tiềm lực lớn về vốn, công nghệ và lao động là những đối thủ đáng gờm của các NHTM trong việc thu hút nguồn vốn nhàn rỗi.

- Đây là địa bàn tập trung đông dân cư nhưng những khách hàng có thu nhập cao chưa nhiều nên qui mô các món tiền gửi nhỏ, sản xuất kinh doanh nhỏ lẻ và có tới hơn 20 chi nhánh, Chi nhánh của các Ngân hàng như: Ngân hàng ngoại thương, Ngân hàng công thương, VIB, Ngân hàng Phương Nam, Ngân hàng NN&PTNT VN, Ngân hàng đầu tư, Techcombank, SHB... Hầu hết các Ngân hàng bạn đều có quy mô chi nhánh hoặc đã hoạt động lâu năm tại địa bàn, có thể cung cấp tất cả các sản phẩm, dịch vụ Ngân hàng một cách nhanh chóng và toàn diện nên mức độ cạnh tranh tại đây rất lớn.

- Một số ngành như điện, nước, xăng dầu... có số thu bằng tiền mặt lớn, nhưng chưa sẵn sàng chấp nhận các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt, chưa thật sự tạo điều kiện cần thiết cho các dịch vụ thanh toán qua tài khoản cá nhân mở tại các Ngân hàng.

- Công nghệ thông tin chưa phát triển như mong muốn. Đặc biệt là đường truyền dữ liệu phụ thuộc vào chất lượng đường truyền của ngành Bưu chính viễn thông, sự nghẽn mạch hoặc tốc độ truyền chậm thường xuyên xảy ra. Vì vậy, đã tác động và hạn chế hiệu quả của hoạt động dịch vụ Ngân hàng, nhất là dịch vụ thanh toán; dịch vụ chuyển tiền điện tử... và các quan hệ giao dịch khác trên mạng.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB CHI NHÁNH KON TUM

3.1. ĐỊNH HƯỚNG VÀ NHIỆM VỤ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI NGÂN HÀNG ACB – CHI NHÁNH KON TUM.

Với sự phát triển của các NHTM cổ phần, các NHTM nước ngoài xâm nhập vào thị trường Việt Nam ngày một tăng, và sự phát triển về công nghệ, về sản phẩm dịch vụ mới... đã tạo nên áp lực cạnh tranh ngày càng lớn đối với ngân hàng ACB – CN Kon Tum. Mục tiêu trước mắt cũng như về lâu dài, hệ thống Ngân hàng TMCP Á Châu nói chung và cho ngân hàng ACB – CN Kon Tum nói riêng bảo đảm hoạt động ổn định, định hướng và điều chỉnh các chiến lược kinh doanh phù hợp với xu thế phát triển của nền kinh tế. Mở rộng quy mô gắn với nâng cao chất lượng, hiệu quả kinh doanh. Tiếp tục đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động, phân đấu tự lực được nguồn vốn, đa dạng hoá các hình thức huy động vốn, từng bước nâng cao tỷ trọng nguồn vốn có tính ổn định. Thực hiện cho vay có chọn lọc trong phạm vi khả năng kiểm soát, ưu tiên cho vay phục vụ sản xuất kinh doanh.

Định hướng nâng cao chất lượng hoạt động huy động vốn của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum

Trong điều kiện hiện nay, khi Việt Nam ta đang trong giai đoạn hội nhập vào nền kinh tế thế giới vấn đề định hướng hoạt động huy động vốn là vô cùng quan trọng. Nâng cao hiệu quả kinh doanh gắn liền với nâng cao hiệu quả huy động vốn. Đó là phương châm kinh doanh có thể áp dụng trong mọi thời kỳ. Nhưng để có thể nâng cao hiệu quả huy động vốn đòi hỏi sự phối hợp của rất nhiều yếu tố khác nhau. Vì vậy, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum đã đặt ra những mục tiêu hoạt động cụ thể nhằm huy động lượng vốn nhân rồi tiềm năng trong xã hội. Để đạt được những mục tiêu đề ra, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum đã đưa ra những định hướng phù hợp sau:

Thứ nhất, tăng quy mô nguồn vốn huy động để phục vụ cho các nhu cầu đầu tư, cho vay nền kinh tế trong thời gian tới. Đặc biệt chú trọng tăng nguồn vốn huy động ngoại tệ USD thông qua việc tiếp xúc và phục vụ các dự án ngoại tệ. Có như vậy chi nhánh mới có thể tăng nguồn thu, tăng lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh vốn.

Thứ hai, giảm chi phí huy động vốn gồm chi phí trả lãi tiền gửi và chi phí quản lý. Để giảm chi phí lãi tiền gửi, Phòng cần tiếp cận với các nguồn vốn có lãi suất thấp như nguồn tiền gửi của tập đoàn, tổng công ty, nguồn không kỳ hạn từ cá nhân qua việc đa dạng hóa dịch vụ, tiện ích kết hợp với chính sách chăm sóc khách hàng. Thực hiện chống lãng phí trong các hoạt động khác phục vụ kinh doanh của chi nhánh để giảm chi phí quản lý (thực hiện tiết kiệm vật liệu, chi phí điện, nước,...).

Thứ ba, tăng thu từ hoạt động cho vay, đầu tư. Thông qua việc lựa chọn khách hàng, thẩm định kỹ lưỡng khả năng tài chính, khả năng trả nợ của khách hàng, kiểm tra việc sử dụng vốn, đốc thúc thu nợ - lãi đúng thời hạn để tăng nguồn thu từ hoạt động cho

vay. Mặt khác làm tốt công tác quản trị rủi ro hoạt động tín dụng, tránh thất thoát nguồn vốn.

Thứ tư, điều chỉnh cơ cấu nguồn vốn, cơ cấu cho vay để đảm bảo hiệu quả vốn huy động. Điều chỉnh cơ cấu nguồn vốn theo hướng tăng tỷ trọng nguồn vốn không kỳ hạn, nguồn vốn ngắn hạn, nguồn vốn USD. Cơ cấu dư nợ điều chỉnh theo hướng giảm dư nợ, tỷ trọng cho vay ngoại tệ cân xứng với nguồn huy động.

Thứ năm, tiến hành các hoạt động nhằm nâng cao khả năng huy động từ tiền gửi cá nhân như áp dụng lãi suất linh hoạt, cạnh tranh; linh động trong kỳ hạn, tung ra những sản phẩm tiết kiệm mới. Chủ động tiếp cận nguồn vốn nhân rồi từ các doanh nghiệp, tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp nước ngoài để thu hút nguồn vốn ngoại tệ.

Thứ sáu, chú trọng đến công tác dịch vụ marketing, xây dựng thương hiệu, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, ... như một công cụ phụ trợ giúp tăng quy mô nguồn vốn, giảm chi phí huy động vốn.

Thứ bảy, không ngừng đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ nhằm nâng cao trình độ về mọi mặt, cán bộ phải vừa có đức (trung thực, tự giác, trách nhiệm...), vừa có tài, có tác phong giao dịch tốt, có kỹ năng tìm hiểu điều tra, kỹ năng phân tích, kỹ năng đàm phán với khách hàng.

Trên cơ sở định hướng kinh doanh đưa ra cũng như nắm bắt được các khó khăn, thách thức gặp phải trong những năm qua, để tiếp tục giữ vững thành tích đã đạt được đòi hỏi chi nhánh phải có những cố gắng vượt bậc mới đảm bảo thực hiện tốt mục tiêu, nhiệm vụ và chiến lược về hoạt động kinh doanh đề ra. Cụ thể, mục tiêu kinh doanh năm 2021 như sau:

Bảng 2.11. Mục tiêu kinh doanh năm 2021 của ngân hàng ACB – CN Kon Tum

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Thực hiện năm 2020	Kế hoạch năm 2021	Tăng trưởng
1. Huy động	649	816	25,73%
+ Cá nhân	283	403	42,40
+ Tổ chức kinh tế	366	413	12,84
2. Dư nợ	194	301	55,15
+ Cá nhân	93	147	58,06
+ Tổ chức kinh tế	101	154	52,47
3. Lợi nhuận	3,389	5,907	74,29

(Nguồn: báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2020 của ACB – CN Kon Tum)

- Thu phí: tăng từ 15 – 22% so với năm 2020

- Thu nhập cho người lao động tăng: 10 – 25% so với năm 2020

Để đạt được kế hoạch đề ra: Tổng nguồn vốn huy động từ 649 tỷ đồng lên 816 tỷ đồng, đạt tốc độ tăng trưởng 25,73%. Ngân hàng ACB – CN Kon Tum đã đưa ra phương hướng đối với hoạt động huy động vốn trong năm 2021 như: tiếp tục mở rộng thêm khách hàng mới kết hợp với việc tạo lập mối quan hệ bền chặt với khách hàng hiện có;

phân loại khách hàng theo nhóm đối tượng để tìm ra biện pháp tiếp cận phù hợp với điều kiện khả năng của Phòng giao dịch; không ngừng hiện đại hóa công nghệ thanh toán qua Ngân hàng; tiếp tục nâng cao tỷ trọng nguồn vốn huy động trong dân cư và TCKT, nguồn vốn huy động trong thanh toán để hạ lãi suất đầu vào tạo lợi thế trong cạnh tranh;...

3.2. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM

3.2.1. Xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp cho từng thời kỳ

Mỗi giai đoạn cần có một kế hoạch cho việc huy động vốn và kế hoạch đó phải phù hợp. Vì vậy đầu mỗi thời kỳ Ngân hàng ACB - CN Kon Tum phải lập ra một kế hoạch rõ ràng cho việc huy động vốn trong khoảng thời gian trước mắt và cả trong tương lai dựa trên những nghiên cứu về tiềm năng vốn trong dân cư, nhu cầu vốn của khách hàng. Kế hoạch này sẽ là định hướng cho một loạt những bước tiếp theo mà Ngân hàng ACB - CN Kon Tum phải thực hiện như: đề ra mức lãi suất huy động thích hợp, xác định hình thức huy động vốn...

3.2.2. Tiếp tục mở rộng và đa dạng hoá các nguồn vốn huy động

Đưa ra một số hình thức mới gắn liền với nhu cầu của đông đảo khách hàng, linh hoạt trong việc xác định lãi suất thu hút tiền gửi, lãi suất huy động vốn. Nghiên cứu, cải thiện, làm mới và nâng cao chất lượng của các sản phẩm dịch vụ. Tạo sự khác biệt cho Ngân hàng về sản phẩm, dịch vụ cung ứng ra thị trường; lãi suất; kênh phân phối,... Đồng thời, tìm hiểu nguyên nhân tại sao một số sản phẩm được đưa vào áp dụng nhưng không được sự đón nhận tham gia, lựa chọn để gửi tiền. Chẳng hạn, sản phẩm “tiết kiệm tích góp”- sản phẩm khách hàng có thể gửi 1 số tiền nhất định (tối thiểu 500.000 VNĐ, số tiền gửi bội số 100.000 VNĐ) theo định kỳ hàng tháng/ hàng quý/ hàng 6 tháng ... thực sự không thu hút được khách hàng tham gia gửi. Có thể, nó gần giống với 1 số sản phẩm như: bảo hiểm nhân thọ,... và lợi ích sản phẩm đem lại cho người tiêu dùng không thể bằng các loại bảo hiểm của công ty bảo hiểm đã có thương hiệu như Bảo Việt, Prudensal,... cung cấp. Mặt khác, một khách hàng có thể gửi nhiều sổ tiết kiệm, lựa chọn kỳ hạn gửi linh hoạt: 1 tuần, 2 tuần,... đến 1 tháng, 2 tháng..., lãi suất ở tất cả các kỳ hạn gửi đều bằng nhau nên khách hàng không cần phải gửi “tiết kiệm tích góp” mà vẫn có thể để dành được bằng cách: gửi các kỳ hạn vừa phải, vẫn được hưởng lãi suất cao, gửi thêm hoặc gộp sổ bất kỳ lúc nào và dễ dàng chuyển sang các sản phẩm mới để hưởng khuyến mại.

Hướng dẫn tỉ mỉ cho khách hàng về tiện ích và đặc điểm của các sản phẩm khi lựa chọn gửi tiền. Triển khai nhận tiền gửi bằng các loại ngoại tệ mạnh như: EUR, GBP, ... bên cạnh đó, ACB nên xem xét có thể đưa thêm một số đồng tiền vào trong danh mục như: NDT.

3.2.3. Cải thiện quy trình, thủ tục

- Rút ngắn quy trình thủ tục đảm bảo an toàn tuyệt đối cho khách hàng. Cải tiến công nghệ, để nó trở thành công cụ đắc lực hỗ trợ Ngân hàng hoạt động có hiệu quả, nhanh chóng, tiết kiệm thời gian cho khách hàng. Chẳng hạn:

+ Thay vì khi gửi tiền khách hàng phải điền vào rất nhiều loại giấy tờ thì có thể thiết kế giấy gửi, giấy nộp tiền, bảng kê tiền chung trên 1 mẫu.

+ Thực hiện giao dịch online nên xử lý số liệu đảm bảo tuyệt đối an toàn chính xác.

+ Bố trí quầy giao dịch chuyên biệt như: phục vụ khách hàng Vip, phụ nữ mang thai, người lớn tuổi, người khuyết tật.

- Đa dạng các loại tờ rơi, sách giới thiệu để sẵn phía ngoài quầy giao dịch để khách hàng có thể đọc khi đến giao dịch, tạo điều kiện cho khách hàng làm quen với các dịch vụ Ngân hàng và nhận thức được tiện ích của những sản phẩm dịch vụ.

3.2.4. Xây dựng và hoàn thiện chiến lược khách hàng

Quan điểm cổ điển về hoạt động của ngân hàng: những nguồn tiền nhàn rỗi của dân cư đương nhiên phải chảy vào ngân hàng. Quan điểm này đã đề cao vị trí của Ngân hàng, hạ thấp đi vai trò của khách hàng.

Với quan điểm hiện đại thì lại hoàn toàn trái ngược. Quan điểm hiện đại cho rằng mỗi món tiền gửi là một món quà dành cho một ngân hàng. Điều này có nghĩa là khách hàng ở vị trí trung tâm trong quan hệ giữa ngân hàng - khách hàng. Ngân hàng phụ thuộc vào khách hàng chứ khách hàng không phụ thuộc vào một ngân hàng nào. Quả thật, khách hàng có toàn quyền trong việc lựa chọn ngân hàng để gửi tiền. Họ có thể di chuyển dễ dàng nguồn tiền của mình từ ngân hàng này sang ngân hàng khác một cách nhanh chóng. Sức ép cạnh tranh trong việc huy động vốn sẽ tăng lên theo thời gian. Đặc biệt, trên địa bàn tỉnh Kon Tum lại có rất nhiều các trụ sở, chi nhánh của các ngân hàng thương mại lớn, nhỏ. Vì vậy, cạnh tranh trong việc thu hút khách hàng lại càng tăng lên đối với Ngân hàng ACB - CN Kon Tum. Ngân hàng ACB - CN Kon Tum phải hiểu được: rủi ro lớn nhất sẽ xảy ra nếu không tích cực tìm ra những biện pháp nhằm thu hút khách hàng về phía mình. Do đó, việc xác định một chính sách khách hàng là vấn đề cần thiết và cấp bách. Việc xây dựng chính sách khách hàng phải đảm bảo những nguyên tắc sau:

- Không còn là cố gắng bán sản phẩm của ngân hàng nữa mà cung cấp những sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách hàng.

- Khách hàng xứng đáng được hưởng mỗi quan tâm, lịch sự, nhã nhặn nhất mà nhân viên ngân hàng có được vì họ là người trả lương cho mình.

- Mục đích của việc phục vụ khách hàng là sự độc đáo, mỗi lần tiếp xúc phải khác biệt và có cái gì đặc biệt, để lại ấn tượng càng mạnh càng làm cho khách hàng nhớ lâu

- Thường xuyên thu thập ý kiến đóng góp của khách hàng thông qua “hộp thư góp ý” hay qua việc tiếp xúc, hỏi thăm giữa nhân viên ngân hàng với khách hàng, để tìm hiểu tâm tư, nguyện vọng của họ với các sản phẩm, dịch vụ mà ngân hàng cung ứng, từ đó đưa ra các giải pháp hoàn thiện sản phẩm.

Xây dựng chính sách khách hàng trong đó phải hướng dẫn kỹ cho nhân viên biết làm thế nào để phục vụ tốt khách hàng. Trước hết các nhân viên phải nhận thức được nhu cầu thực sự của khách hàng khi gửi tiền vào ngân hàng. Sau đó các nhân viên ngân hàng phải hiểu biết quy trình, hiểu biết nghiệp vụ, phục vụ khách hàng một cách tận tình, chu đáo.

Vấn đề giao tiếp cũng là một vấn đề quan trọng. Khách hàng có thể rời bỏ ngân hàng ngay lập tức chỉ cần nhân viên ngân hàng:

- Làm việc riêng khi khách hàng phải chờ.
- tỏ ra thiếu nhiệt tình và có thái độ coi thường khách hàng.
- Không tư vấn chính xác những gì khách hàng cần...

Ngân hàng ACB - CN Kon Tum nên tổ chức thường xuyên những khoá đào tạo, tọa đàm về kỹ năng giao tiếp. Đó là các kỹ năng về khả năng phản ứng, về ngôn ngữ cử chỉ, lắng nghe một cách chủ động, kỹ năng đặt câu hỏi, lịch sự và kính trọng, tính linh hoạt. Trong giao tiếp với khách hàng, các cán bộ nhân viên phải nhiệt tình, hoạt bát, chân thành, thân thiện.

Ngân hàng phải tăng cường tuyên truyền, quảng cáo cho khách hàng về hoạt động của mình không chỉ ở tỉnh Kon Tum mà còn ở các địa bàn lân cận khác. Ngân hàng quảng bá cho khách hàng biết các tiện ích của khách hàng khi tham gia các hình thức dịch vụ mà mình cung cấp để thu hút khách hàng. Ngân hàng ACB - CN Kon Tum phải có những cách thức thật đặc biệt để nâng vị thế của mình lên so với các ngân hàng khác trong huy động vốn như tiết kiệm có thưởng, giảm giá dịch vụ cho những khách hàng truyền thống, làm việc với các khách hàng lớn tại địa chỉ của khách hàng...

3.2.5. Thiết lập quan hệ có tín nhiệm với khách hàng

Tín nhiệm là vấn đề quan trọng đối với Ngân hàng thực tế thời gian qua cho thấy vốn huy động của các Ngân hàng còn thấp, tiềm năng trong dân cư chưa thực sự được khai thác triệt để vì vậy cần phải có cơ chế lãi suất, thông tin tuyên truyền, thái độ phục vụ và sự quan tâm của Ngân hàng với khách hàng. Đặt ra mục tiêu tăng trưởng khách hàng hàng năm, từ đó tạo tín nhiệm, là cơ sở tăng tiền gửi.

Như vậy, cả khách hàng dân cư và các tổ chức kinh tế, tài chính đều là đối tượng khách hàng cần được chi nhánh quan tâm, chú trọng. Nếu giữ một tỷ trọng quá cao lượng vốn của một đối tượng khách hàng có thể dẫn tới rủi ro cho phòng giao dịch khi họ đồng loạt rút vốn khỏi ngân hàng. Hơn nữa, nếu chỉ chú trọng vào một đối tượng khách hàng, sẽ làm cơ cấu nguồn vốn của chi nhánh trở nên cứng nhắc, không linh hoạt. Vì vậy, chi nhánh cần cân đối cơ cấu nguồn vốn huy động theo hướng tăng dần tỷ trọng tiền gửi của dân cư, giảm dần tỷ trọng tiền gửi của các tổ chức trong khi vẫn đảm bảo tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động, giúp chi nhánh phân tán rủi ro, nâng cao uy tín, thương hiệu.

3.2.6. Tăng cường hoạt động tiếp thị, quảng cáo

Việc mở rộng hoạt động kinh doanh của chi nhánh Kon Tum thông qua hoạt động Marketing là việc làm thiết thực, đặc biệt trong giai đoạn cạnh tranh giữa các ngân hàng quyết liệt như hiện nay. Chi nhánh ngân hàng phải tăng cường hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ra công chúng qua các kênh quảng cáo như:

+ Quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng: báo, đài, tạp chí,... nhằm giới thiệu về chi nhánh, về các sản phẩm, dịch vụ mà Ngân hàng cung cấp cùng các tiện ích của chúng. Có như vậy, chi nhánh mới có thể mở rộng danh mục khách hàng, xây

dựng uy tín và thương hiệu trên địa bàn. Đặc biệt, sử dụng công cụ đài truyền thanh phường như một biện pháp hữu hiệu mang thông tin về chi nhánh tới mọi người dân trong địa bàn.

+ Xây dựng chương trình tiếp thị, quảng bá thông qua hoạt động in và phát tờ rơi đến từng khách hàng, từng gia đình, treo áp phích, ... Có như vậy, thông tin về chi nhánh cũng sẽ đến được với mọi thành viên trong gia đình. Thông qua tờ rơi, áp phích, sản phẩm của phòng giao dịch được liệt kê và miêu tả khái quát giúp nâng cao hiểu biết về sản phẩm, dịch vụ ngân hàng cung cấp.

+ Song song với hình thức quảng cáo là hình thức khuyến mại, đây là hình thức hỗ trợ cho quảng cáo, tạo sự hấp dẫn với khách hàng. Ví dụ: tiết kiệm dự thưởng, miễn phí phát hành thẻ ATM, tặng quà nhân dịp các ngày lễ, ... Kết hợp hình thức khuyến mãi bằng quà tặng với in quảng cáo chi nhánh tạo hiệu ứng tuyên truyền sâu và rộng hơn.

+ Tăng cường thêm cán bộ có chuyên môn và thực hiện mới chiến lược khách hàng. Đào tạo về Marketing ngân hàng cho toàn thể cán bộ nhân viên trong ngân hàng, kể cả bảo vệ, lái xe để họ nắm bắt được các nghiệp vụ cơ bản từ đó tiếp thị, hướng dẫn, tư vấn cho khách hàng khi có nhu cầu.

3.2.7. Đào tạo và nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ đối với đội ngũ cán bộ Ngân hàng

Con người là yếu tố quyết định đến sự thành bại của mọi hoạt động. Hoạt động Ngân hàng nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng, trước hết phải có đội ngũ cán bộ và lãnh đạo có trình độ chuyên môn nghiệp vụ cao, trình độ quản lý, điều hành trung thực, có tâm huyết với nghề nghiệp mới có thể hoàn thành nhiệm vụ, đạt kết quả cao trong kinh doanh. Cán bộ huy động vốn phải giỏi về nghiệp vụ, có trình độ hiểu biết rộng về thị trường và pháp luật. Ngoài ra, còn phải có đạo đức nghề nghiệp tốt (trung thực, tự giác, trách nhiệm...), có tác phong giao dịch tốt, có kỹ năng tìm hiểu điều tra, kỹ năng phân tích, kỹ năng đàm phán với khách hàng. Do vậy, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum phải tăng cường đào tạo và đào tạo lại cán bộ Ngân hàng nói chung và đội ngũ cán bộ quan hệ khách hàng nói riêng một cách toàn diện, liên tục để không ngừng nâng cao trình độ nhận thức, năng lực cán bộ.

Ngày nay, các Ngân hàng đều hiểu rằng chất lượng đội ngũ nhân viên quyết định chất lượng dịch vụ Ngân hàng. Đây là đội ngũ thường xuyên tiếp xúc với khách hàng, là bộ mặt của Ngân hàng nên Phòng giao dịch cần có sự quan tâm đúng mức, chú ý tiến hành các biện pháp nhằm củng cố nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực này.

Để tăng cường nâng cao trình độ cán bộ, ngay từ khâu tuyển dụng, bố trí, đề bạt cán bộ cần phải tuân thủ đúng quy trình, quy chế, thi tuyển công khai và nghiêm túc để có thể thu hút nhiều lao động có trình độ cao, có tác phong làm việc công nghiệp, trẻ trung, năng động, sáng tạo làm đội ngũ cán bộ kế cận. Kiên quyết đưa ra khỏi bộ máy những cán bộ không đủ tiêu chuẩn chuyên môn hoặc đạo đức, tác phong yếu kém.

Bố trí cán bộ hợp lý là việc làm thường xuyên liên tục theo hướng nâng cao năng lực điều hành tác nghiệp của các cấp cơ sở, giảm dần cấp trung gian sao cho đảm bảo

50% cán bộ trực tiếp, nhằm đáp ứng yêu cầu của việc khơi tăng nguồn vốn, mở rộng cho vay, đồng thời tăng khả năng cạnh tranh.

Thường xuyên tổ chức các hoạt động giao lưu, trao đổi như tổ chức các cuộc thi cán bộ Ngân hàng giỏi, từ đó tạo cơ hội nâng cao trình độ giao tiếp, mở rộng mối quan hệ và có thể học hỏi được nhiều kinh nghiệm từ đồng nghiệp. Có cơ chế khen thưởng hợp lý những cán bộ làm tốt và có biện pháp xử lý kịp thời với những cán bộ vi phạm, thiếu trách nhiệm, phòng chống rủi ro đạo đức trong hoạt động Ngân hàng và hoạt động huy động vốn. Rèn luyện tác phong làm việc có kỷ cương, kỷ luật, hiệu quả, phong cách ứng xử với khách hàng và phẩm chất trung thực, trung thành với ngành.

Nói tóm lại, cán bộ Ngân hàng cần phải tích cực, hoạt bát, lịch sự khi giao tiếp trên cơ sở đó tăng cường sự tin nhiệm, thắt chặt mối quan hệ bạn hàng lâu dài. Như vậy, Ngân hàng đã có chính sách cán bộ đúng đắn, phù hợp với nhu cầu kinh doanh, tạo được niềm tin với khách hàng giúp Ngân hàng khơi tăng nguồn vốn để đầu tư và sử dụng vốn cho nền kinh tế.

3.2.8. Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát

Kiểm tra, kiểm soát là hoạt động vô cùng quan trọng trong hoạt động kinh doanh cơ chế thị trường, một mặt nó giúp sửa chữa các sai sót kịp thời, mặt khác nâng cao ý thức trách nhiệm của cán bộ công nhân viên. Vì thế, phải coi trọng công tác kiểm tra, kiểm soát nhằm phát hiện ngăn ngừa kịp thời những sai sót trong việc thực hiện các quy trình nghiệp vụ, thể lệ chế độ, từ đó đưa hoạt động kinh doanh của chi nhánh đi vào đúng luật, nề nếp.

Phải tăng cường số cuộc kiểm tra trong năm, nội dung kiểm tra phải toàn diện từ quyết toán niên độ năm, kiểm tra hoạt động huy động vốn, hoạt động tín dụng, kiểm tra xử lý rủi ro, kiểm tra nợ quá hạn, đảm bảo an toàn kho quỹ, kiểm tra công tác kế toán, thu chi tài chính.... Phải xây dựng và thực hiện tốt các chương trình, kế hoạch kiểm tra theo định kỳ và đột xuất đối với hoạt động huy động vốn. Đồng thời phải kiên quyết chỉ đạo phúc tra, chỉnh sửa lại các sai sót ngay sau khi kiểm tra. Tổ chức tốt công tác tiếp dân và giải quyết kịp thời, tại chỗ mọi đơn thư khiếu nại của công dân, không để đơn thư vượt cấp. Đồng thời tăng cường lực lượng và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ kiểm tra, đặc biệt là vấn đề chuyên môn nghiệp vụ, kiến thức pháp luật, kinh nghiệm và ý thức trách nhiệm trong công tác kiểm tra.

KẾT LUẬN

Hoạt động huy động vốn đóng vai trò rất quan trọng đối với Ngân hàng trong công cuộc đổi mới, đặc biệt là trong giai đoạn hiện nay, khi đất nước ta đã trở thành thành viên của tổ chức thương mại thế giới (WTO), tự do hoá cạnh tranh. Chính vì vậy, để có đủ vốn nội lực phục vụ cho sự nghiệp phát triển kinh tế, các NHTM phải nỗ lực không ngừng đổi mới toàn diện các mặt để thu hút mọi nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế, đồng thời nâng cao chất lượng huy động vốn, góp phần thúc đẩy hoạt động kinh doanh phòng giao dịch phát triển bền vững.

Trong những năm hoạt động, ACB- CN Kon Tum đã ngày càng nâng cao vị thế, cố gắng hoàn thiện hoạt động kinh doanh chung, đặc biệt là luôn chú trọng công tác huy động vốn kết hợp với các hoạt động kinh doanh khác của ngân hàng và đạt được nhiều thành tựu. Tuy nhiên, dù cố gắng nhưng cũng không tránh được những hạn chế và chịu ảnh hưởng bởi những khó khăn, thách thức trong hoạt động kinh doanh nói chung. Nhận thức được những khó khăn, hạn chế, phòng giao dịch đã luôn định hướng và thực hiện nhiều giải pháp khác nhau nhằm khắc phục tồn tại hạn chế trong việc nâng cao hiệu quả huy động vốn.

Với những kiến thức đã học được, bài báo cáo đã cố gắng tổng hợp giữa lý luận và thực tiễn, trên cơ sở phân tích thực tế tình hình tại Chi nhánh ngân hàng ACB tỉnh Kon Tum để rút ra nguyên nhân tồn tại và đề xuất những giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng huy động vốn, thực hiện mục tiêu kinh doanh của chi nhánh. Trong quá trình học tập tại nhà trường và thực tập tại Phòng quan hệ khách hàng cá nhân, ngân hàng ACB – CN Kon Tum, em luôn cố gắng học hỏi, quan sát, thu thập được những kiến thức bổ ích để phục vụ tốt cho chuyên đề thực tập tốt nghiệp của mình. Mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng do thời gian thực tập và kiến thức thực tiễn còn nhiều hạn chế nên chuyên đề của em không thể tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các thầy cô giáo và các cô chú anh chị trong Phòng quan hệ khách hàng cá nhân để bài báo cáo của em hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn và các cô chú, anh chị tại ngân hàng ACB- CN Kon Tum đã giúp đỡ em trong quá trình thực tập và đặc biệt là cô Nguyễn Thị Phương Thảo đã hướng dẫn tận tình cho em hoàn thành bài báo cáo tốt nghiệp này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. PGS.TS Mai Văn Bạ (2011), Giáo trình nghiệp vụ Ngân hàng thương mại, Nhà xuất bản Tài chính
- [2]. PGS.TS.Nguyễn Thị Mùi và Ths. Trần Cảnh Toàn (2011), Giáo trình quản trị ngân hàng thương mại, NXB Tài chính.
- [3]. Quốc hội nước CHXH chủ nghĩa Việt Nam (2010), Luật các tổ chức tín dụng (Luật số 47/2010/QH12), hiệu lực 01/01/2011.
- [4]. Báo kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum các năm 2018- 2020.
- [5]. Số liệu từ các anh chị phòng quan hệ khách hàng cá nhân ngân hàng ACB – CN Kon Tum cung cấp
- [6]. Các sách báo và tạp chí khác
- [7]. Trang web: <https://acb.ngan-hang.com/>
- [8]. Luật các tổ chức tín dụng sửa đổi năm 2017 – số 17/2017/QH14
- [9]. Luật ngân hàng Nhà nước Việt Nam số 46/2010/QH12 (2010)

